

Ergebnisse der Zielgruppenbefragung 2016

Perry, Anja; Hanke, Katja; Wolf, Christof

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Perry, A., Hanke, K., & Wolf, C. (2017). *Ergebnisse der Zielgruppenbefragung 2016*. (GESIS Papers, 2017/11). Köln: GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.21241/ssoar.52491>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC Licence (Attribution-NonCommercial). For more Information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

Ergebnisse der Zielgruppenbefragung 2016

Anja Perry, Katja Hanke & Christof Wolf

GESIS Papers 2017 | 11

Ergebnisse der Zielgruppenbefragung 2016

Anja Perry, Katja Hanke & Christof Wolf

GESIS Papers

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften
Datenarchiv für Sozialwissenschaften
Producer Relations and Outreach
Unter Sachsenhausen 6-8
50667 Köln
Telefon: +49 (0) 221 476 94 - 464
Telefax: +49 (0) 221 476 94 - 199
E-Mail: anja.perry@gesis.org

ISSN:	2364-3781 (Online)
Herausgeber,	
Druck und Vertrieb:	GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften Unter Sachsenhausen 6-8, 50667 Köln

Inhalt

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis	5
Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	7
1. Anlage der Erhebung	9
1.1. Angebotsauswahl	9
1.2. Zeitlicher Ablauf	9
1.3. Aufbau des Fragebogens	9
1.4. Grundgesamtheit	10
1.5. Nettostichprobe	10
1.6. Abweichungen zur Grundgesamtheit	12
1.7. Stichprobenbeschreibung	13
2. Wie bekannt ist GESIS?	14
3. Bekanntheit und Nutzung der GESIS-Angebote	15
3.1. Bekanntheit der GESIS-Angebote	15
3.2. Nutzung der GESIS-Angebote	16
4. Online-Informationsangebote	19
4.1. Bekanntheit und Nutzung	19
4.2. Bedeutung und Weiterempfehlung	22
5. Nationale und internationale Umfrageprogramme	26
5.1. Bekanntheit und Nutzung	26
5.2. Bedeutung und Weiterempfehlung	29
6. Datenrecherchertools	34
6.1. Bekanntheit und Nutzung	34
6.2. Bedeutung und Weiterempfehlung	37
7. Datenerhebung	41
7.1. Bekanntheit und Nutzung	41
7.2. Bedeutung und Weiterempfehlung	44
8. Archivierungsangebote	49
8.1. Bekanntheit und Nutzung	49
8.2. Bedeutung und Weiterempfehlung	51
9. GESIS-Trainings und Beratung	53
9.1. Bekanntheit und Nutzung	53
9.2. Weiterempfehlung	57

10. Zeitschriften	59
10.1. Bekanntheit und Nutzung.....	59
10.2. Qualität.....	62
11. Die Ergebnisse im Vergleich zur Vorgängerbefragung 2009	64
12. Weiterführende Analysen.....	65
12.1. Vielnutzer(innen) vs. Wenignutzer(innen).....	65
12.2. Nicht-Nutzer(innen).....	65
12.3. Nennung der GESIS-Angebote im Vergleich zu anderen Angeboten	68
12.4. Net Promoter Score.....	68
13. Limitationen und Schlussfolgerungen	71
13.1. Limitationen und Verbesserungsvorschläge	71
13.2. Erste Schlussfolgerungen	71
Anhang 1: Fragebogen.....	73
Anhang 2: Persönliches Anschreiben	74
Anhang 3: Zusätzliche Abbildungen.....	75
Glossar	79

Danksagung

An der Fragebogenerstellung waren Michael Bosnjak, Kerstin Hollerbach, Dagmar Kern, Oliver Watteler und Katrin Weller beteiligt. Getestet wurde der Fragebogen im Pretest-Labor der GESIS. An dieser Stelle bedanken wir uns ganz herzlich bei den Beteiligten für diese wertvolle Vorarbeit.

Für die Durchführung der Zielgruppenbefragung möchten wir uns bei Heike Antoni, Leonie Brinkmann, Kerstin Hollerbach, Ann-Christin Schoel, Lars Sellin und Heike Vester bedanken.

Weiterhin danken wir Robert Bauer, Michael Bosnjak, Alexander Jedinger, Livia Leonhard und Boris Rössinger für ihre konstruktiven Anregungen und ihre tatkräftige Unterstützung bei der Erstellung dieses Berichts.

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1:	Anzahl recherchierter Adressen und Grundgesamtheit.....	10
Tabelle 2:	Anzahl in der Grundgesamtheit und Rücklauf während der Online-Phase	11
Tabelle 3:	Anzahl in der verbleibenden Grundgesamtheit und Rücklauf während der CATI-Phase	11
Tabelle 4:	Anzahl in der Nettostichprobe und Ausschluss von der Analyse.....	12
Tabelle 5:	Anteile in der Adressdatenbank und in der Nettostichprobe, in %	12
Tabelle 6:	Anzahl und Anteile (in %) nach Geschlecht und nach Position, Institution, Fachrichtung und Orientierung	13
Tabelle 7:	Bekanntheit von Online-Informationsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	20
Tabelle 8:	Nutzung von Online-Informationsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	21
Tabelle 9:	Bedeutung von Online-Informationsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen	24
Tabelle 10:	Weiterempfehlung von Online-Informationsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	25
Tabelle 11:	Bekanntheit von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS nach Subgruppen	28
Tabelle 12:	Nutzung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS nach Subgruppen	29
Tabelle 13:	Bedeutung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen	32
Tabelle 14:	Weiterempfehlung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS nach Subgruppen	33
Tabelle 15:	Bekanntheit von Datenrecherchertools von GESIS nach Subgruppen	35
Tabelle 16:	Nutzung von Datenrecherchertools von GESIS nach Subgruppen.....	36
Tabelle 17:	Webseitenbesucher und Downloads für die Datenrecherchertools von GESIS laut Nutzerstatistiken	37
Tabelle 18:	Bedeutung von Datenrecherchertools von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen.....	39
Tabelle 19:	Weiterempfehlung von Datenrecherchertools von GESIS nach Subgruppen	40
Tabelle 20:	Bekanntheit von Datenerhebungsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	42
Tabelle 21:	Nutzung bei Bekanntheit von Datenerhebungsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	44
Tabelle 22:	Bedeutung von Datenerhebungsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen.....	46
Tabelle 23:	Weiterempfehlung von Datenerhebungsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	48
Tabelle 24:	Bekanntheit von Archivierungsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	50
Tabelle 25:	Nutzung der Langzeitarchivierung bei GESIS nach Subgruppen.....	51
Tabelle 26:	Bedeutung der Langzeitarchivierung bei GESIS und deren Weiterempfehlung nach Subgruppen	52
Tabelle 27:	Bekanntheit von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS nach Subgruppen ..	54
Tabelle 28:	Nutzung bei Bekanntheit von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS nach Subgruppen	56
Tabelle 29:	Weiterempfehlung von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS nach Subgruppen.....	58

Tabelle 30:	Bekanntheit von GESIS Zeitschriften nach Subgruppen	60
Tabelle 31:	Nutzung bei Bekanntheit von GESIS Zeitschriften nach Subgruppen.....	61
Tabelle 32:	Qualität von GESIS Zeitschriften nach Subgruppen	63
Tabelle 33:	Nicht-Nutzer(innen) je Angebotssparte und Subgruppen	66
Tabelle 33:	Nicht-Nutzer(innen) je Angebotssparte und Subgruppen (Forts.)	67
Tabelle 34:	Net Promoter Score für die einzelnen GESIS-Angebote.....	70
Abbildung 1:	Die 10 bekanntesten Angebote von GESIS.....	15
Abbildung 2:	Die 10 am wenigsten bekannten Angebote von GESIS.....	16
Abbildung 3:	Die 10 am häufigsten genutzten Angebote von GESIS.....	17
Abbildung 4:	Die 10 am wenigsten genutzten Angebote von GESIS	18
Abbildung 5:	Bekanntheit und Nutzung von Online-Informationsangeboten von GESIS.....	19
Abbildung 6:	Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von Online- Informationsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit	22
Abbildung 7:	Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Online- Informationsangeboten von GESIS.....	23
Abbildung 8:	Bekanntheit und Nutzung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS.....	27
Abbildung 9:	Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS für die eigene Arbeit.....	30
Abbildung 10:	Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS	30
Abbildung 11:	Bekanntheit und Nutzung von Datenrecherchertools von GESIS.....	34
Abbildung 12:	Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von Datenrecherchertools von GESIS für die eigene Arbeit	37
Abbildung 13:	Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Datenrecherchertools von GESIS	38
Abbildung 14:	Bekanntheit und Nutzung von Datenerhebungsangeboten von GESIS.....	41
Abbildung 15:	Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von Datenerhebungsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit	45
Abbildung 16:	Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Datenerhebungsangeboten von GESIS.....	47
Abbildung 17:	Bekanntheit und Nutzung von Archivierungsangeboten von GESIS.....	49
Abbildung 18:	Bekanntheit und Nutzung von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS.....	53
Abbildung 19:	Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS.....	57
Abbildung 20:	Bekanntheit und Nutzung von GESIS Zeitschriften	59
Abbildung 21:	Mittelwert und Standardabweichung der Qualität von GESIS Zeitschriften.....	62
Abbildung 22:	Net Promoter Score nach Angebotskategorien	69
Abbildung A3.1:	Bedeutung GLES	75
Abbildung A3.2:	Bedeutung CSES	75
Abbildung A3.3:	Bedeutung ISSP	76
Abbildung A3.4:	Weiterempfehlung GLES.....	76
Abbildung A3.5:	Weiterempfehlung ALLBUS.....	77
Abbildung A3.6:	Bedeutung ZACAT	77
Abbildung A3.7:	Bedeutung von Langzeitarchivierung	78

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Die Zielgruppenbefragung wurde im Rahmen der Portfolioanalyse durchgeführt. Sie richtet sich an Professor(innen) und wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) aus der Soziologie, Politikwissenschaften und anderen Sozialwissenschaften und bezieht sich auf insgesamt 30 GESIS-Angebote. Diese werden in sieben verschiedene Sparten gruppiert: Online-Informationsangebote, Umfrageprogramme, Datenrecherche, Datenerhebung, Archivierung von Daten, Beratungs- und Trainingsangebot und Zeitschriften.

Insgesamt wurden 1691 Forschende befragt, wovon 317 Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) und 1374 wissenschaftliche Mitarbeiter(innen) im weiteren Sinne waren. Des Weiteren wurde noch in Forschende in der Soziologie, in den Politikwissenschaften und in anderen Sozialwissenschaften, Forschende an Universitäten und außeruniversitären Forschungseinrichtungen sowie zwischen Forschenden, die vorwiegend quantitativ, qualitativ und mit beiden Arten von Daten arbeiten, unterschieden.

GESIS ist in der Zielgruppe sehr stark bekannt. 95,3 % der Befragten gaben an, das Institut zu kennen.

Online-Informationsangebote. Unter den Online-Informationsangeboten ist sowiport das bekannteste Angebot und auch unter den 10 bekanntesten GESIS-Angeboten vertreten. Insgesamt sind diese Angebote gut bekannt und werden auch stark genutzt. Die Bedeutung für die eigene Arbeit und die Weiterempfehlungsbereitschaft sind jedoch vergleichsweise gering. Dies hängt wahrscheinlich damit zusammen, dass diese Angebote in starker Konkurrenz zu anderen etablierten Online-Rechercheangeboten, wie Google Scholar und Web of Science stehen.

Nationale und internationale Umfrageprogramme. Die Bekanntheit dieser Angebote variiert stark, einige zählen dabei zu den bekanntesten von GESIS. Insbesondere sind das die Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS), das Eurobarometer und das Politbarometer. Auch die Nutzung dieser Angebote ist meist hoch, wobei zu vermuten ist, dass viele Professor(inn)en die Umfrageprogramme wohl auch in der Lehre verwenden. Auffallend ist, dass vergleichsweise unbekanntere Wahlerhebungen, wie die German Longitudinal Election Study (GLES) und die Comparative Study of Electoral Systems (CSES) durch ihren hohen Informationsgehalt für Forschende, höhere Nutzungsgrade aufweisen als das stark bekannte Politbarometer. Die GLES erzielt bei den Nutzern ebenfalls als die höchste Wertung hinsichtlich der Bedeutung für die eigene Arbeit. Gefolgt wird die GLES von CSES und dem International Social Survey Programme (ISSP). Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist für alle Umfrageprogramme hoch, insbesondere aber für GLES und ALLBUS.

Datenrecherche. Auffallend hinsichtlich der Datenrecherchertools ist, dass diese vielen Befragten nicht bekannt sind, jedoch sehr häufig genutzt werden. Auch die Nutzerstatistiken belegen dies. Es ist zu vermuten, dass vielen Nutzern das Angebot an sich nicht bewusst ist. Hier sollte über eine Bündelung der Tools, z.B. über eine GESIS-weite Suche nachgedacht werden, anstatt einer Vermarktung der einzelnen Angebote nach außen.

Datenerhebung. Über alle GESIS-Angebote hinweg sind die vier Angebote zu etwa einem Viertel aller Befragten bekannt, wobei das Angebot zur Ziehung von Telefonstichproben und ZIS am bekanntesten unter den abgefragten Angeboten in dieser Kategorie sind. Wenn die Angebote bekannt sind, werden vor allem ZIS und die GESIS Survey Guidelines stark genutzt. Generell nutzen qualitativ Forschende diese Angebote eher selten. Wenn die Angebote genutzt werden, werden diese sehr hoch bewertet.

Archivierung von Daten. Zu den Archivierungsangeboten von GESIS wurden nur die Personen befragt, die selbst schon Daten erhoben haben. Hier unterscheidet sich das schon sehr lange bestehende Angebot der Langzeitarchivierung mit einer recht hohen Bekanntheit von dem noch recht neuen Angebot der Selbstarchivierung in datorium. Beide Angebote werden jedoch vergleichsweise wenig genutzt, was damit zusammenhängt, dass die Archivierung nur nach dem Abschluss einer (zeitaufwendigen) Daten-

erhebung stattfindet. Die Langzeitarchivierung wird auch in hohem Maße weiterempfohlen. Überdatorium können aufgrund der geringen Fallzahl nur bedingt weitere Aussage zu Subgruppen getroffen werden.

Trainings und Beratungsangebot. Die Angebote in dieser Kategorie sind relativ vielen Befragten bekannt: Etwa ein Drittel bzw. die Hälfte der Befragten in den Subgruppen kennen alle Angebote. Am bekanntesten sind die GESIS Summer School in Survey Methodology und die GESIS Workshops. Bei Bekanntheit werden die Angebote vor allem von wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen), Befragten aus der Soziologie und Wissenschaftler(inne)n, die quantitativ sowie mit beiden Arten von Daten arbeiten, genutzt. Dass die Teilnahmerate im Verhältnis zur Bekanntheit relativ niedrig ist, liegt wohl daran, dass ein hoher Zeitaufwand mit einer Teilnahme verbunden ist. Wenn Trainingsangebote wahrgenommen werden, erhalten diese eine hohe Weiterempfehlung.

Zeitschriften. Etwa einem Viertel aller Befragten sind die Zeitschriften (ISI, mda, HSR) bekannt. Wenn die Zeitschriften bekannt sind, wird sie auch häufig gelesen und die Qualität wird hoch bewertet. Vor allem die Zeitschriften ISI und mda werden häufig gelesen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Angebote von GESIS prinzipiell einen sehr guten Ruf bei den Befragten haben. Die Angebote, die genutzt werden, werden fast durchgängig stark weiterempfohlen. Bei Betrachtung der Ergebnisse in diesem Bericht sollte festgehalten werden, dass die verschiedenen Angebote von GESIS nur bedingt vergleichbar sind. So ist der Nutzungsgrad von verschiedenen Faktoren abhängig, z.B. welche Motivation der Nutzung bestehen (eigene Forschung, Lehre, Weiterbildung, etc.) und wie häufig Angebote in Anspruch genommen werden können (z.B. täglichen Recherche vs. der Datenarchivierung nach Abschluss der Datenerhebung).

1 Anlage der Erhebung

1.1 Angebotsauswahl

Die Zielgruppenbefragung wurde im Rahmen der Portfolioanalyse von GESIS durchgeführt, die alle GESIS-Angebote umfasst. Aus dieser Gesamtschau wurden die Angebote ausgewählt, die häufig genutzt werden und auf eine breite Nutzer(innen)gruppe zugeschnitten sind. Das Glossar am Ende des Berichts enthält Kurzbeschreibungen der in diesem Bericht betrachteten Angebote.

1.2 Zeitlicher Ablauf

Das Umfrageinstitut Link¹ wurde mit der GESIS-Zielgruppenbefragung beauftragt und führte diese von Februar bis Juni 2016 durch. Dabei unterteilte sich die Feldphase in eine Online-Phase (22. Februar bis 08. April 2016) und eine CATI-Phase (Computer Assisted Telephone Interview; 13. April bis 01. Juni 2016). Während der Online-Befragung wurden bis zu drei Erinnerungsschreiben (am 14., 21. und 31. März) an die Personen, die bisher nicht an der Befragung teilgenommen verschickt bzw. diese abgebrochen hatten. Die Online-Erhebung blieb auch noch nach dem Abschluss erreichbar, sodass Nachzügler(innen) noch die Möglichkeit zur Teilnahme hatten.

Die CATI-Befragung wurde bei den Personen durchgeführt, die während der Online-Phase nicht an der Befragung teilgenommen hatten. Dafür wurden Interviewer(innen) von GESIS geschult und kontaktierten die ausgewählten Forschenden per Telefon, um Befragungstermine zu vereinbaren.

Die Befragung dauerte online im Mittel zwölf Minuten und 13,8 Minuten in der CATI-Befragung.

1.3 Aufbau des Fragebogens

Zu Beginn des Fragebogens (s. Anhang) wurden zwei Fragen gestellt, um zu prüfen, ob die befragte Person der Zielpopulation angehört (nach dem höchsten Hochschulabschluss und der Tätigkeit). Darauf folgten fünf weitere Fragen zu Fachrichtung, Nutzung empirischer Daten und Datenerhebung sowie zur Bekanntheit von GESIS.

Im Kernteil der Befragung folgten zunächst fünf Frageblöcke zu Online-Informationsangeboten und Onlinerecherche von Forschungsdaten, zu Daten aus nationalen und internationalen Umfrageprogrammen, zu Unterstützungen und Beratungen durch GESIS, sowie zu Dienstleistungen zur Datenerhebung, die GESIS anbietet. Die Reihenfolge dieser fünf Blöcke war zufällig und die Reihenfolge der Angebote pro Block war ebenfalls zufällig. Personen, die mit empirischen Daten arbeiten, erhielten danach Fragen zum Datenarchivierungsangebot bei GESIS. In zwei weiteren Frageblöcken für alle Befragten ging es um die Weiterbildungs- und Trainingsangebote sowie Fachzeitschriften von GESIS. Zuletzt wurde die Wiederbefragungsbereitschaft der Teilnehmer erhoben.

Der Fragebogen konnte unabhängig vom Endgerät, also sowohl auf dem PC, Tablet oder Smartphone genutzt werden und war auf den verschiedenen Geräten optimal lesbar und handhabbar. Dazu wurde er in einem Responsive Design programmiert.

1 Link wurde während der Feldphase von Forsa übernommen.

1.4 Grundgesamtheit

Grundlage für die Definition der Grundgesamtheit war eine Liste aller Universitäten mit einem Studienangebot in Politikwissenschaft, Soziologie oder Sozialwissenschaften.² Darüber hinaus wurden außeruniversitäre, akademische Forschungseinrichtungen mit soziologischer und politologischer Forschung recherchiert. Dabei wurden systematisch für beide Fachrichtungen die einschlägigen Leibniz-Institute, alle entsprechenden Institute der Resort-Forschung sowie alle entsprechenden Max-Planck-Institute in die Recherche aufgenommen. Anschließend wurden die Mitarbeitenden der betreffenden Lehrstühle und Institute und ihre postalischen Adressen, E-Mail-Adressen und Telefonnummern recherchiert und in einer Datenbank zusammengestellt.

Diese Rohdatensammlung wurde von Dubletten gereinigt. Diese entstanden vor allem dadurch, dass Forschende aus den außeruniversitären Forschungsinstituten oft auch eine Lehrfunktion in sozialwissenschaftlichen Fakultäten ausüben und dort ebenfalls gelistet sind. Bei der Bereinigung wurde die universitäre Affiliation beibehalten und die institutionelle gelöscht. Fehlende Angaben wie Telefonnummern oder E-Mail-Adressen wurden nachrecherchiert. Bei fehlenden Telefonnummern handelte es sich um fehlende direkte Durchwahlnummern. Es lagen zentrale Telefonnummern vor, die zumeist zu Sekretariaten oder Assistenzen führten. Die Telefonnummern waren für die telefonische Follow-up-Befragung (CATI-Phase) wichtig. Es wurde vereinbart, dass die Telefon-Interviewer in diesen Fällen die direkte Durchwahl beim ersten Kontakt eruieren oder einen Termin mit den Befragten vereinbaren sollten.

Es wurden insgesamt 5550 Adressen recherchiert. Diese wurden mittels persönlichem Anschreiben (s. Anhang) des GESIS-Präsidenten Prof. Dr. Christof Wolf kontaktiert und auf die bevorstehende Befragung hingewiesen. Dies diente zum einen dazu, Non-Response zu mindern und zum anderen, die Adressen basierend auf Rückläufen aufgrund fehlerhafter Adressen zu bereinigen. Zudem wurde in diesem Anschreiben über eine E-Mail-Adresse die Möglichkeit gegeben, aus dem Verteiler gelöscht zu werden. Die nach Bereinigung und Absage verbleibenden 5364 Adressen wurden an das Umfrageinstitut Link übergeben, um diese zu kontaktieren.

1.5 Nettostichprobe

Nach Bereinigung der 5550 Adressen um falsche Adressen und Personen, die nicht der Zielgruppe angehören, verblieb eine Grundgesamtheit von 5399 Personen (s. Tabelle 1).

Tabelle 1: Anzahl recherchierter Adressen und Grundgesamtheit

Recherchierte Adressen	5550
Falsche Adresse	98
Nicht in Zielgruppe	53
Verbleibende Adressen	5399

Von den 5399 Personen kam in 192 Fällen eine automatische Rückmeldung, dass die Personen im Befragungszeitraum nicht erreichbar sind und somit die Aufforderung zur Teilnahme an der Onlinebefragung nicht zugestellt werden konnte. 55 Personen teilten mit, dass sie die Teilnahme verweigern und ihre Kontaktdaten gelöscht werden sollen. Von den verbleibenden 5152 Personen griffen 1600 Personen auf den Fragebogen zu. Davon waren 53 Personen nicht Teil der Stichprobe und 531 Personen

2 vgl. <http://www.studieren-studium.com/>

brachen die Befragung ab. 1016 Personen nahmen vollständig an der Online-Erhebung teil (s. Tabelle 2).

Tabelle 2: Anzahl in der Grundgesamtheit und Rücklauf während der Online-Phase

Grundgesamtheit	5399
Absagen	55
Versand Online-Fragebogen	5344
Rücklauf E-Mail	192
kein Fragebogenzugriff	3552
Fragebogenzugriff	1600
nicht Teil der Stichprobe	53
Abbrecher	531
Teilnehmer	1016

Die 3552 Personen, die während der Online-Feldphase nicht auf den Fragebogen zugegriffen hatten, qualifizierten sich für die CATI-Befragung. Davon verweigerten weitere 13 Personen die Teilnahme. Von den verbleibenden Personen waren für 3314 Telefonnummern verfügbar. Von diesen Personen schlossen 831 Befragte die Befragung vollständig ab (s. Tabelle 3).³

Tabelle 3: Anzahl in der verbleibenden Grundgesamtheit und Rücklauf während der CATI-Phase

kein Fragebogenzugriff	3552
Verweigerung	13
verbleiben für CATI	3539
Telefonnummern verfügbar	3314
Ausfälle	2483
Teilnehmer	831

Damit ergibt sich eine Responserate von 34,2 %.

Die Stichprobe wurde für die Auswertung weiter reduziert. Dies geschah anhand der Angabe der Befragten zur Arbeit mit empirischen Daten, anhand ihrer Position⁴ und wenn eine nichtsozialwissenschaftliche Fachrichtung angegeben wurde oder die Angabe zur Fachrichtung fehlte (s. Tabelle 4).

³ Die Rücklaufzahlen weichen vom Forsa-Abschlussbericht ab.

⁴ Ausgeschlossen wurden Referenten und Mitarbeiter im Wissenschaftsmanagement und PR, Arbeitslose und Selbständige

Tabelle 4: Anzahl in der Nettostichprobe und Ausschluss von der Analyse

Teilnehmer	1847
Arbeitet nicht mit empirischen Daten	120
Position nicht als Zielgruppe definiert	14
Fachrichtung nicht als Zielgruppe definiert	22
Finale Stichprobe	1691

Von den 1691 in diesem Bericht betrachteten Befragten haben 915 online geantwortet, 44 haben online geantwortet, nachdem sie durch die CATI-Befragung an die Erhebung erinnert wurden und 732 haben in der CATI-Befragung geantwortet.

1.6 Abweichungen zur Grundgesamtheit

Um mögliche Verzerrungen in der Befragung durch das Antwortverhalten aufzudecken, werden, für die Merkmale, für die es möglich ist, die Randverteilungen in der Nettostichprobe und der Ausgangsadressdatenbank betrachtet (s. Tabelle 5). Dabei kann allerdings nicht berücksichtigt werden, ob die Aufforderung zur Teilnahme nicht zustellbar war, ob die Nichtteilnehmer(innen) nicht Teil der Stichprobe waren oder ob sie tatsächlich die Teilnahme verweigert haben.

Tabelle 5: Anteile in der Adressdatenbank und in der Nettostichprobe, in %

Merkmal	Prozent in Adressdatenbank	Prozent in Nettostichprobe
Geschlecht		
männlich	53,5	55,1
weiblich	46,5	44,9
Fachrichtung		
Soziologie o.ä.	36,7	41,5
Politikwissenschaft	33,5	30,0
anderes	1,3	-
Nicht angegeben	29,7	28,5
Institution		
Universität	70,1	71,6
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	29,9	28,4

Es lassen sich keine großen Verzerrungen zwischen der Adressdatenbank und der Nettostichprobe erkennen. Die größte Abweichung von 4,8 Prozentpunkten besteht bei der Fachrichtung. Es haben im Vergleich zur recherchierten Adressdatenbank überproportional viele Forschende der Soziologie an der Umfrage teilgenommen, dafür weniger Politikwissenschaftler(inne)n und Forschende in anderen Fachrichtungen. Die Nettostichprobe kann damit als repräsentativ für die recherchierte Adressdatenbank gelten.

1.7 Stichprobenbeschreibung

Unter den 1691 Befragten besteht die Mehrheit aus wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n (81,3 %). Zu den wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n zählen alle im Mittelbau tätigen Wissenschaftler(innen) (z.B. Doktorand(inn)en, Postdoktorand(inn)en, Habilitand(inn)en, Stipendiat(inn)en, geprüfte wissenschaftliche Hilfskräfte). Weiterhin kommt die Mehrheit der Befragten aus dem Fachbereich Soziologie (48,2 %). Zu den anderen Sozialwissenschaften (16,9 %) wurden z.B. Psychologie, Pädagogik, Erziehungswissenschaften, Statistik, Umfragemethoden, Wirtschaftswissenschaften zugeordnet. Die Mehrheit der Befragten ist an Universitäten beschäftigt (71,6 %). 43,0 % der Befragten arbeiten mit quantitativen Daten. Alter und Beschäftigungsdauer wurden nicht erhoben. In Tabelle 6 sind die Fallzahlen und Anteile nach Geschlecht sowie nach Position, Institution, Fachrichtung und Orientierung aufgelistet.

Tabelle 6: Anzahl und Anteile (in %) nach Geschlecht und nach Position, Institution, Fachrichtung und Orientierung

	Weiblich	Männlich	Gesamt (N=1691)
nach Position			
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	93 29,4 %	224 70,7 %	317
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	666 48,5 %	708 51,5 %	1374
nach Fachrichtung			
Soziologie	382 46,9 %	433 53,1 %	815
Politikwissenschaft	218 36,9 %	373 63,1 %	591
Andere Sozialwissenschaften	159 55,8 %	126 44,2 %	285
nach Institution			
Universität	482 39,8 %	728 60,2 %	1210
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	277 57,6 %	204 42,4 %	481
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	315 43,0 %	418 57,0 %	733
Vorwiegend qualitativ	287 51,3 %	273 48,8 %	560
Sowohl als auch	157 39,5 %	240 60,5 %	397

Insgesamt gibt es mehr männliche Professor(inn)en als weibliche. Unter den wissenschaftlichen Mitarbeitern ist das Geschlechterverhältnis etwas ausgeglichener. In den Politikwissenschaften ist der Anteil von Frauen am geringsten.

2 Wie bekannt ist GESIS?

GESIS ist innerhalb der Zielgruppe sehr stark bekannt. Lediglich 4,7 % (79 von 1691 Personen) gaben an, GESIS nicht zu kennen. Unter den befragten Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) ist GESIS zu 97,8 % bekannt und unter den befragten wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n zu 94,8 %. In der Soziologie liegt der Bekanntheitsgrad mit 98,0 % geringfügig höher als in der Politikwissenschaft (95,1 %). In den anderen Sozialwissenschaften ist der Bekanntheitsgrad mit 88,1 % am geringsten. Auch in außeruniversitären Forschungseinrichtungen ist GESIS mit einem Anteil von 91,1 % der Befragten etwas weniger bekannt als an Universitäten (97,0 %). Die Bekanntheit von GESIS ist über die unterschiedlichen Forschungsorientierungen durchgehend hoch. 97,3 % der vorwiegend quantitativ Forschenden kennen GESIS, 93,6 % der vorwiegend qualitativ Forschenden und 94,2 % der sowohl qualitativ als auch quantitativ Forschenden kennen GESIS.

Interessanterweise gibt es einige Angebote von GESIS, die bei Personen bekannt sind, die das Institut GESIS nicht kennen. Das sind beispielsweise die Online-Informationsangebote und einige Datensätze. Angebote, die eng mit dem Institut GESIS in Verbindung stehen, wie z.B. die GESIS-Trainings und die Archivierung von Daten, sind bei Befragten, die GESIS nicht kennen, ebenfalls größtenteils unbekannt.

In 2009 wurde nicht nach der Bekanntheit von GESIS gefragt, sodass an dieser Stelle kein Vergleich zu früheren Daten gezogen werden kann.

3 Bekanntheit und Nutzung der GESIS-Angebote

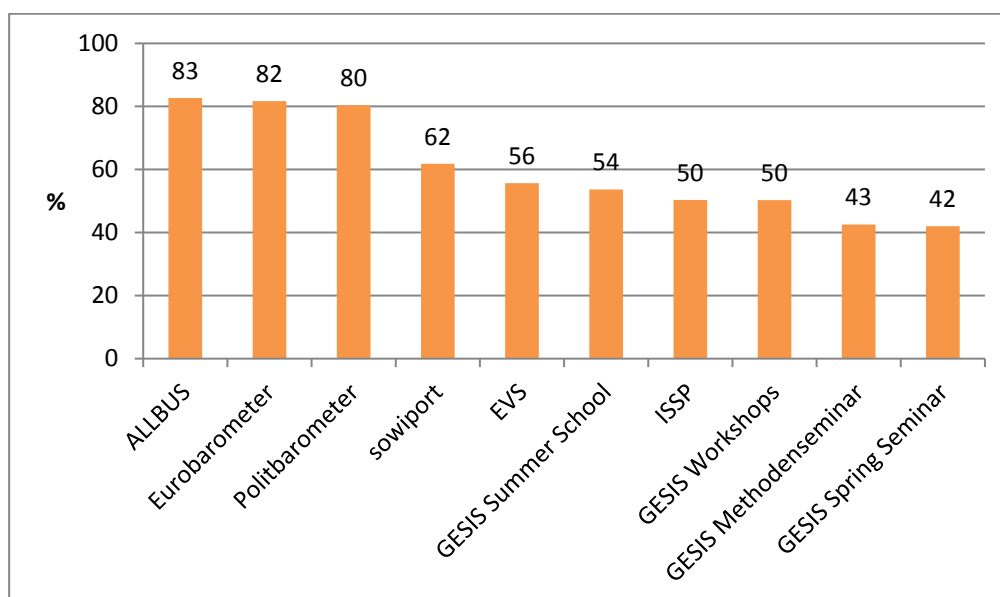
Information zur Bekanntheit sowie Nutzung der GESIS-Angebote sind von zentralem Interesse, wenn es um die Frage geht, ob und inwieweit die angebotenen Dienstleistungen für die Arbeit innerhalb der sozialwissenschaftlichen Profession relevant sind. Im Folgenden werden die Top und Bottom 10 für diese Indikatoren für alle GESIS-Angebote betrachtet.

3.1 Bekanntheit der GESIS-Angebote

Die zehn bekanntesten GESIS-Angebote sind in Abbildung 1 dargestellt. Dazu gehören in erster Linie die Umfrageprogramme Allgemeine Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) mit einem Anteil von 82,7 %, Eurobarometer (81,7 %), Politbarometer (80,4 %), European Value Studies (EVS, 55,6 %) und das International Social Survey Programme (ISSP, 50,3 %). Für diese Datenangebote ist GESIS der einzige Anbieter und die Umfrageprogramme laufen bereits sehr lange. Dadurch ist zum einen durch die lange Tradition eine hohe Bekanntheit gegeben, zum anderen bietet die breite Datenbasis über mehrere Jahre hinweg sehr vielfältige Analysemöglichkeiten.

Ebenfalls stark vertreten unter den Top 10 sind die GESIS-Training-Programme. Auch diese blicken teilweise auf eine lange Tradition zurück und haben einen guten Ruf, sodass sie von Nutzern häufig weiterempfohlen und damit bekannt gemacht werden.

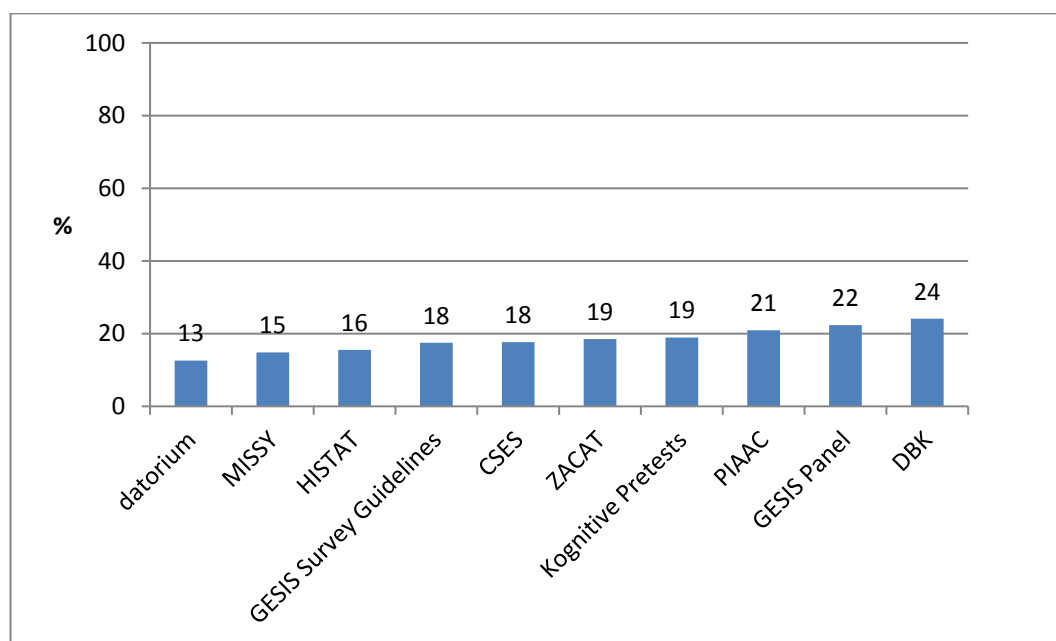
Sowiport, in der Bekanntheit an vierter Stelle (61,8 %), existiert seit 10 Jahren und ist damit in dieser Auszählung ein vergleichsweise junges Angebot. Nach der Einführung gab es eine starke Werbung für sowiport und regelmäßige Schulungen, in den letzten Jahren jedoch nicht mehr. Dennoch ist die Nutzung weiterhin konstant hoch. Viele Forschende kennen sowiport wahrscheinlich durch die Literatursuche, indem sie von einer Websuche auf sowiport geleitet werden. Viele nutzen dann sowiport eventuell für ihre Literatursuche weiter.



Anmerkung: Angebote nach Bekanntheit absteigend sortiert.

Abbildung 1: Die 10 bekanntesten Angebote von GESIS

Unter den 10 GESIS-Angeboten, die am wenigsten bekannt sind, sind mit datorium, GESIS Survey Guidelines, PIAAC und GESIS Panel einerseits sehr junge Angebote vertreten (s. Abbildung 2). Weiterhin sind die Datenrecherchertools HISTAT, MISSY, ZACAT und der Datenbestandskatalog (DBK) eher unbekannt. MISSY, ZACAT und DBK werden allerdings häufig genutzt, wahrscheinlich ohne dass dies den Nutzern bewusst ist (s. Abschnitt 6). Ebenfalls eher unbekannt sind die Comparative Studies of Electoral Systems (CSES) und das Angebot von kognitiven Pretests, da dies sehr spezielle Angebote für eine vergleichsweise kleine Gruppe sind. Die geringe Bekanntheit des Datenbereitstellungstools datorium könnte darin begründet sein, dass das Angebot noch recht neu und die Replikationskultur und die damit verbundene Bereitschaft zur Bereitstellung von Daten noch nicht stark ausgeprägt sind.



Anmerkung: Angebote nach Bekanntheit aufsteigend sortiert.

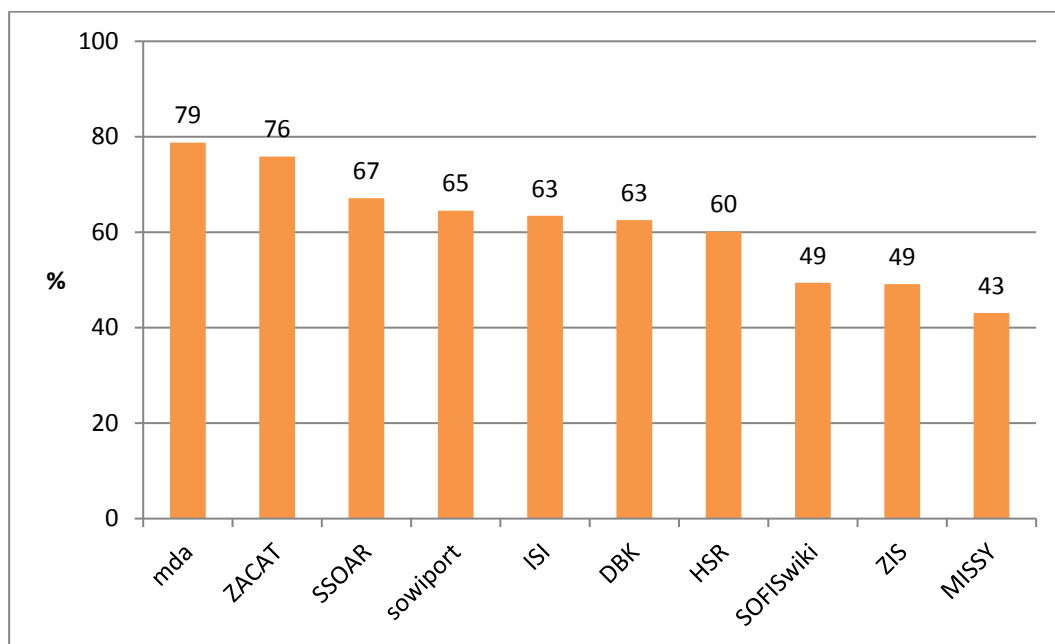
Abbildung 2: Die 10 am wenigsten bekannten Angebote von GESIS

3.2 Nutzung der GESIS-Angebote

Die Liste der 10 am häufigsten genutzten GESIS-Angebote unterscheidet sich größtenteils von den Top-10 der bekanntesten Angebote. Diese Unterschiede ergeben sich jedoch in erster Linie aus der unterschiedlichen Intensität in der Nutzung und somit einer eingeschränkten Vergleichbarkeit der Angebote. So werden Rechercheangebote und Zeitschriften häufiger in der täglichen Arbeit genutzt, als beispielsweise Datensätze, die eher unregelmäßig zu Analyse Zwecken verwendet werden, sowie Weiterbildungen die nur vereinzelt bei Bedarf wahrgenommen werden, nichtsdestotrotz einen ebenso wichtigen Zweck erfüllen.

Methods, data, analysis (mda) wird mit einem Anteil von 78,8 % der Befragten, die die Zeitschrift kennen, am häufigsten genutzt. Zudem sind mit dem Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI) und Historical Social Research (HSR) weitere Zeitschriften unter den Top 10. Bemerkenswert ist, dass sowiport sowohl zu den 10 bekanntesten (61,8 % der Befragten kennen es) als auch zu den 10 am häufigsten genutzten Angeboten zählt (64,5 % der Befragten, die sowiport kennen, nutzen es). Weiterhin unter den Top 10 vertreten sind die weiteren Online-Informationsangebote SSOAR und SOFISwiki,

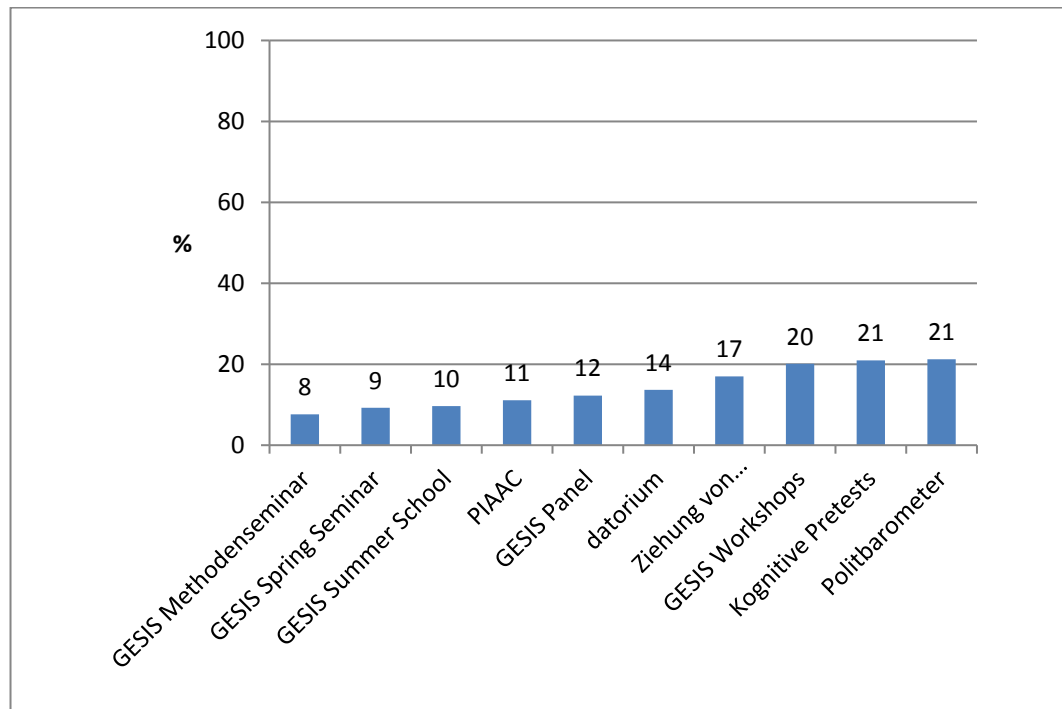
sowie die Datenrecherchertools ZACAT, DBK und MISSY. Diese Tools sind hinsichtlich ihrer Bekanntheit in den Bottom 10 zu finden. Die Forschenden, die diese Tools jedoch kennen, nutzen diese sehr häufig. Weiterhin gehört mit ZIS, eine Datenbank zu Items und Skalen, zu den Top 10 der meist genutzten Angebote (s. Abbildung 3). Diese Top 10 bestätigt die Vermutung, dass Angebote, die der Informationsfindung dienen, wie Zeitschriften und Rechercheangebote am häufigsten genutzt werden.



Anmerkung: Angebote nach Nutzungsgrad absteigend sortiert. Die Prozentangaben beziehen sich auf Befragte, denen das jeweilige Angebot bekannt ist.

Abbildung 3: Die 10 am häufigsten genutzten Angebote von GESIS

Die GESIS-Trainings, die zu den bekanntesten Angeboten von GESIS zählen, sind gleichzeitig unter den 10 am wenigsten genutzten Angeboten. Dies liegt daran, dass Workshops und Summer Schools vergleichsweise sehr viel weniger häufig besucht werden, da dies zeitaufwendig ist, als beispielsweise Rechercheangebote genutzt werden. Zudem haben die GESIS-Trainings bereits eine sehr lange Tradition, sodass diese auch vielen älteren Forschenden bekannt sind und diese nun jüngeren Forschenden weiterempfehlen. PIAAC, GESIS-Panel, kognitive Pretests und datorium sind wenig bekannte Angebote, die gleichzeitig wenig genutzt werden. Hier könnte eine verstärkte Werbung für diese Angebote, dazu beitragen, dass sich diese Situation verbessert. Das Politbarometer ist wiederum eines der bekanntesten GESIS-Angebote, scheint jedoch für die befragten Forschenden wenig attraktiv zu sein, da es sich eher am aktuellen Tagesgeschehen orientiert und daher eher wenig genutzt wird (s. Abbildung 4).



Anmerkung: Angebote nach Nutzungsgrad aufsteigend sortiert. Die Prozentangaben beziehen sich auf Befragte, denen das jeweilige Angebot bekannt ist.

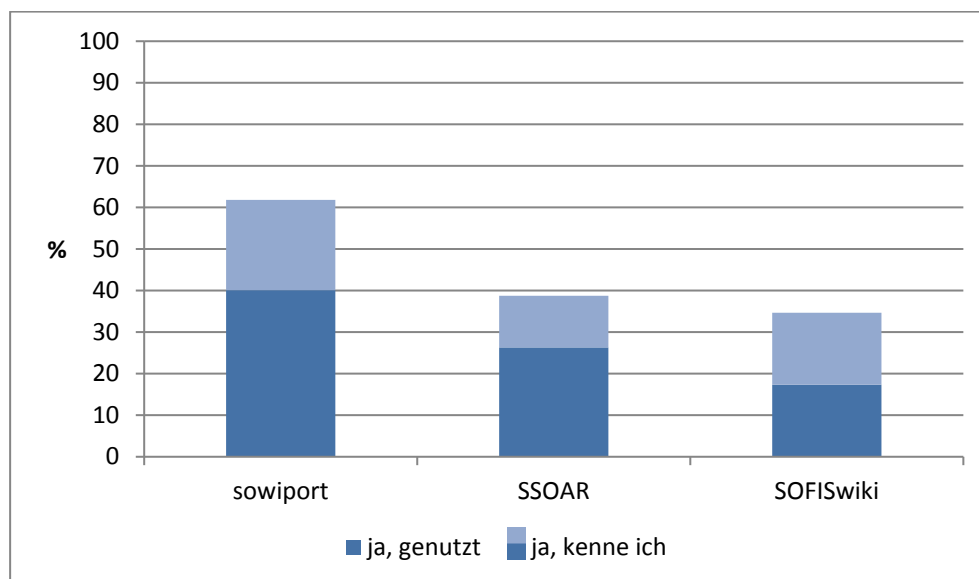
Abbildung 4: Die 10 am wenigsten genutzten Angebote von GESIS

4 Online-Informationsangebote

4.1 Bekanntheit und Nutzung

Unter den Online-Informationsangeboten von GESIS ist sowiport mit einem Anteil von 61,8 % der Befragten, die angeben, dieses Angebot zu kennen, das bekannteste Angebot dieser Gruppe. Mit diesem Wert landet sowiport auch unter den Top 10 der bekanntesten GESIS-Angebote (s. Abschnitt 3.1). SSOAR und SOFISwiki folgen mit Anteilen von 38,7 % bzw. 34,7 % und liegen damit im Mittelfeld aller GESIS-Angebote.

Von allen Befragten nutzten 40,1 % sowiport in den letzten fünf Jahren. Das entspricht 64,9 % und damit mehr als die Hälfte der Befragten, die das Angebot kennen. Bei einem Bekanntheitsgrad von 38,7 % für SSOAR nutzten es 26,3 % aller Befragten in den letzten fünf Jahren und damit 67,9 % der Befragten, denen das Angebot bekannt ist. SOFISwiki wird von rund der Hälfte (50,0 %) der Befragten genutzt, die dieses Angebot kennen. Bei einem Bekanntheitsgrad von 34,7 % entspricht dies einer Nutzeranteil von 17,3 % aller Befragten in den letzten fünf Jahren. In Abbildung 5 sind Nutzung und Bekanntheit dieser drei Online-Informationsangebote dargestellt.



Anmerkung: Dargestellt sind Anteile der Bekanntheit und Nutzung der jeweiligen Angebote in der Gesamtstichprobe.

Abbildung 5: Bekanntheit und Nutzung von Online-Informationsangeboten von GESIS

Die Portale sowiport und SSOAR sind unter Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) ähnlich bekannt wie unter wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n (Tabelle 7). Die Bekanntheit des Forschungsinformationssystems SOFISwiki unterscheidet sich hingegen stark nach Position der Befragten. 47,0 % der Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) kennen SOFISwiki, jedoch nur 31,8 % der wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n. Dies ist nicht überraschend, da insbesondere Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) sowie fortgeschrittene wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n, die eigene Forschungsprojekte leiten, hier ihre Forschungsprojekte veröffentlichen. Hinsichtlich der Fachrichtung fällt auf, dass SSOAR bei Forschenden der Politikwissenschaften mit einem Anteil von 28,8 % vergleichsweise unbe-

kannt ist. Das könnte daran liegen, dass sich diese Forschenden weniger gut repräsentiert sehen, zumal es auch einen breiten Forschungsbereich in den Politikwissenschaften gibt, in dem nicht empirisch geforscht wird. In der Tat weist SSOAR auch weniger politikwissenschaftliche Artikel als soziologische Artikel auf.⁵ In Universtitäten sind die Online-Informationsangebote bekannter als in außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Über die Forschungsorientierung, also ob vorwiegend quantitativ, vorwiegend qualitativ oder sowohl als auch geforscht wird, zeigen sich keine großen Unterschiede hinsichtlich der Bekanntheit der Online-Informationsangebote von GESIS.

Tabelle 7: Bekanntheit von Online-Informationsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	sowiport	SSOAR	SOFISwiki
nach Position			
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	64,4 %	39,8 %	47,0 %
	204	126	149
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	61,2 %	38,5 %	31,8 %
	841	529	437
nach Fachrichtung			
Soziologie	72,4 %	52,4 %	38,8 %
	590	427	316
Politikwissenschaft	60,1 %	28,8 %	35,5 %
	355	170	210
Andere Sozialwissenschaften	35,1 %	20,4 %	21,1 %
	100	58	60
nach Institution			
Universität	66,7 %	42,8 %	39,1 %
	807	518	473
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	49,5 %	28,5 %	23,5 %
	238	137	113
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	61,1 %	38,3 %	33,8 %
	448	281	248
Vorwiegend qualitativ	62,1 %	40,9 %	33,9 %
	348	229	190
Sowohl als auch	62,7 %	36,3 %	37,0 %
	249	144	147

Anmerkung: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Zum Beispiel kennen 204 Professor(inn)en sowiport, das entsprechen 64,4 % aller befragten Professor(inn)en.

Interessanterweise überwiegen die wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n bei der Nutzung aller drei Online-Informationsangebote bei GESIS. Das gilt auch für SOFISwiki, das von 53,6 % der wissenschaft-

5 Eine einfache Fachbereichssuche in SSOAR ergibt 12629 Treffer für Soziologie und 9686 Treffer für Politikwissenschaft (Stand 14.02.2017).

lichen Mitarbeiter(inne)n, die es kennen, genutzt wird, im Gegensatz zu 39,6 % der Professor(inn)en und Institutsleiter(innen), die SOFISwiki kennen (Tabelle 8). Jedoch ist SOFISwiki unter den wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n weniger bekannt (Tabelle 7). Eine mögliche Erklärung hierfür könnte sein, dass das Portal in dieser Befragtengruppe zur Informationsbeschaffung und zum -austausch genutzt wird und diese Nutzung häufiger auftritt als der Eintrag eines Projekts in die Datenbank durch Forschende mit eigenen Projekten. Die Nutzung von SSOAR und sowiport ist in Universitäten höher als in außeruniversitären Forschungseinrichtungen. In der Gruppe der vorwiegend qualitativ Forschenden sind die Anteile der Personen, die das jeweilige Portal nutzen jeweils höher als unter vorwiegend quantitativ Forschenden und Befragten, die sowohl quantitativ als auch qualitativ forschen. Eine Ausnahme bildet hier sowiport, das von allen drei Gruppen gleichermaßen viel genutzt wird. Dabei wird deutlich, dass GESIS insbesondere mit seinen Online-Informationsangeboten auch qualitativ Forschende anspricht.

Tabelle 8: Nutzung von Online-Informationsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	sowiport	SSOAR	SOFISwiki
nach Position			
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	57,8 %	53,2 %	39,6 %
	118	67	59
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	66,6 %	71,5 %	53,6 %
	560	378	234
nach Fachrichtung			
Soziologie	70,7 %	73,8 %	56,3 %
	417	315	178
Politikwissenschaft	58,6 %	57,1 %	44,8 %
	208	97	94
Andere Sozialwissenschaften	53,0 %	56,9 %	35,0 %
	53	33	21
nach Institution			
Universität	66,9 %	71,2 %	50,7 %
	540	369	240
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	58,0 %	55,5 %	46,9 %
	138	76	53
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	64,5 %	63,7 %	43,2 %
	289	179	107
Vorwiegend qualitativ	68,4 %	77,3 %	60,0 %
	238	177	114
Sowohl als auch	60,6 %	61,8 %	49,0 %
	151	89	72

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Zum Beispiel nutzen 118 Professor(inn)en sowiport, das entsprechen 57,8 % aller befragten Professor(inn)en.

Die Prozentangaben beziehen sich auf Befragte, denen das jeweilige Angebot bekannt ist. Z.B nutzen 118 Professor(inn)en sowiport, das entsprechen 57,8 % denen dieses Angebot in dieser Subgruppe bekannt ist.

4.2 Bedeutung und Weiterempfehlung

Die Bedeutung der Online-Recherche-Angebote bei GESIS für die eigene Arbeit bewerten die Nutzer der Angebote mit einem mittleren Wert von 2,9 für sowiport, 3,0 für SSOAR und 2,7 für SOFISwiki. Damit liegen die Bewertungen für diese Angebote nahe der Mittelkategorie 3 und weisen eine recht hohe Streuung von circa 1 auf. SOFISwiki liegt dabei etwas unter der Mittelkategorie mit einer etwas geringeren Streuung (s. Abbildung 6).

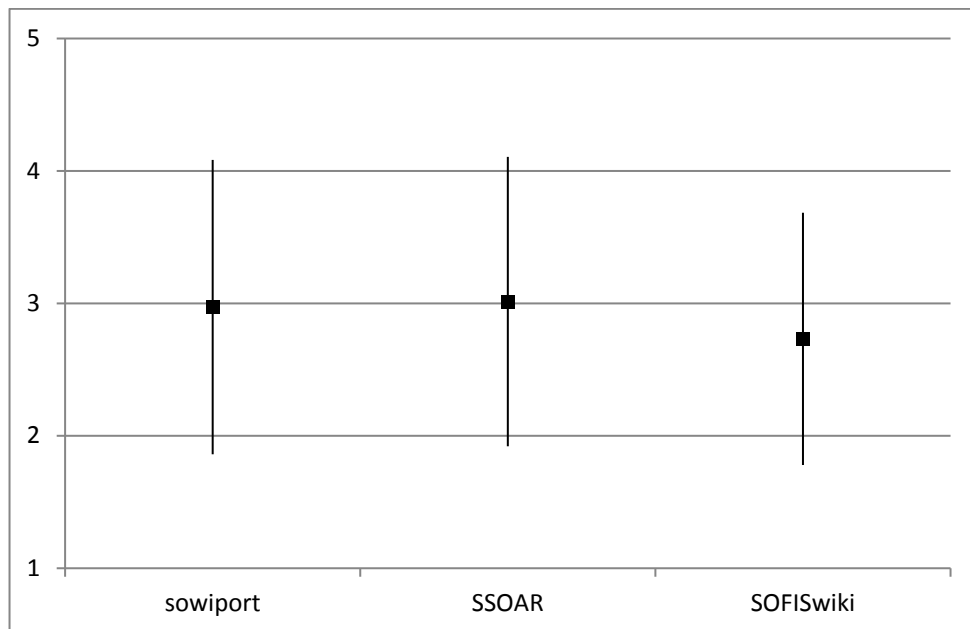


Abbildung 6: Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von Online-Informationsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit

Die Weiterempfehlungsbereitschaft für diese Angebote liegen nah beieinander, zwischen 3,7 (SOFISwiki) und 3,9 (SSOAR). Diese Bewertungen haben ebenfalls hohe Streuungen (s. Abbildung 7).

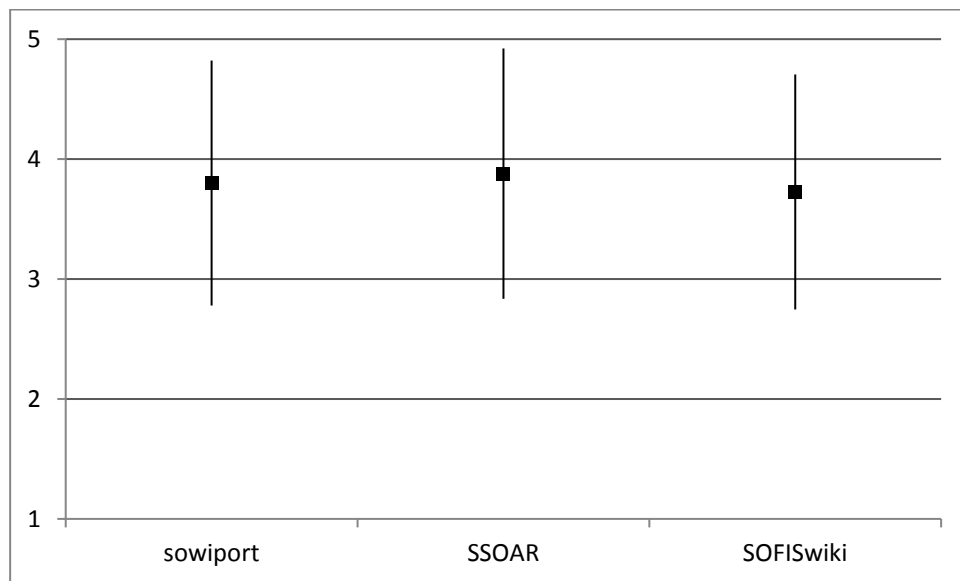


Abbildung 7: Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Online-Informationsangeboten von GESIS

Wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n schätzen die Bedeutung von SSOAR mit einem mittleren Wert von 3,1 höher ein als Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) (2,6; $d = 0,5$). Hierbei überwiegen die wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n ebenfalls in der Nutzung dieser Angebote (s. Abschnitt 4.1). Es kann vermutet werden, dass in der Regel jüngere wissenschaftliche Mitarbeiter(innen) eher an Open-Access-Publikationen interessiert sind.⁶ Soziolog(inn)en beurteilen die Bedeutung von sowiport leicht höher als Politikwissenschaftler(innen) und Forschende anderer Sozialwissenschaften. Für vorwiegend quantitativ Forschende ist die Bedeutung leicht höher (3,1) als für vorwiegend qualitativ Forschende (2,9; s. Tabelle 9).

6 Auch die SSOAR Webumfrage 2013 ergab, dass die Nutzer(innen) von SSOAR eher jünger sind (zwischen 20 und 29 Jahre).

Tabelle 9: Bedeutung von Online-Informationsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen

	sowiport	SSOAR	SOFISwiki
nach Position			
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	2,8 (1,1)	2,6 (1,1)	2,6 (1,1)
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	3,0 (1,1)	3,1 (1,1)	2,8 (0,9)
nach Fachrichtung			
Soziologie	3,1 (1,1)	3,1 (1,1)	2,8 (1,0)
Politikwissenschaft	2,7 (1,1)	2,8 (1,0)	2,6 (0,9)
Andere Sozialwissenschaften	2,9 (1,2)	3,0 (1,0)	2,9 (0,9)
nach Institution			
Universität	3,0 (1,1)	3,0 (1,1)	2,7 (0,9)
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	3,0 (1,1)	3,2 (0,9)	2,9 (1,0)
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	3,1 (1,1)	3,1 (1,1)	2,9 (0,9)
Vorwiegend qualitativ	2,9 (1,1)	2,9 (1,1)	2,6 (0,9)
Sowohl als auch	3,0 (1,1)	3,0 (1,1)	2,8 (1,0)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

Hinsichtlich der Weiterempfehlungsbereitschaft gibt es für die Online-Informationsangebote kaum Unterschiede über die Befragten hinweg. Lediglich SSOAR wird von wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n etwas eher weiterempfohlen (3,9) als von Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) (3,6; $d = 0,3$) und sowiport wird von Soziolog(inn)en etwas häufiger weiterempfohlen als von Politikwissenschaftler(inne)n (s. Tabelle 10).

Tabelle 10: Weiterempfehlung von Online-Informationsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	sowiport	SSOAR	SOFISwiki
nach Position			
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	3,7 (1,1)	3,6 (1,1)	3,6 (1,1)
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	3,8 (1,0)	3,9 (1,0)	3,7 (0,9)
nach Fachrichtung			
Soziologie	3,9 (1,0)	3,9 (1,0)	3,8 (1,0)
Politikwissenschaft	3,6 (1,0)	3,7 (1,1)	3,7 (1,0)
Andere Sozialwissenschaften	3,8 (1,1)	4,0 (0,9)	3,8 (0,8)
nach Institution			
Universität	3,8 (1,0)	3,8 (1,1)	3,7 (1,0)
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	3,8 (1,0)	4,1 (0,9)	3,8 (0,8)
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	3,9 (1,0)	3,9 (1,0)	3,8 (0,9)
Vorwiegend qualitativ	3,7 (1,1)	3,8 (1,1)	3,6 (1,0)
Sowohl als auch	3,8 (1,1)	4,0 (1,0)	3,8 (1,1)

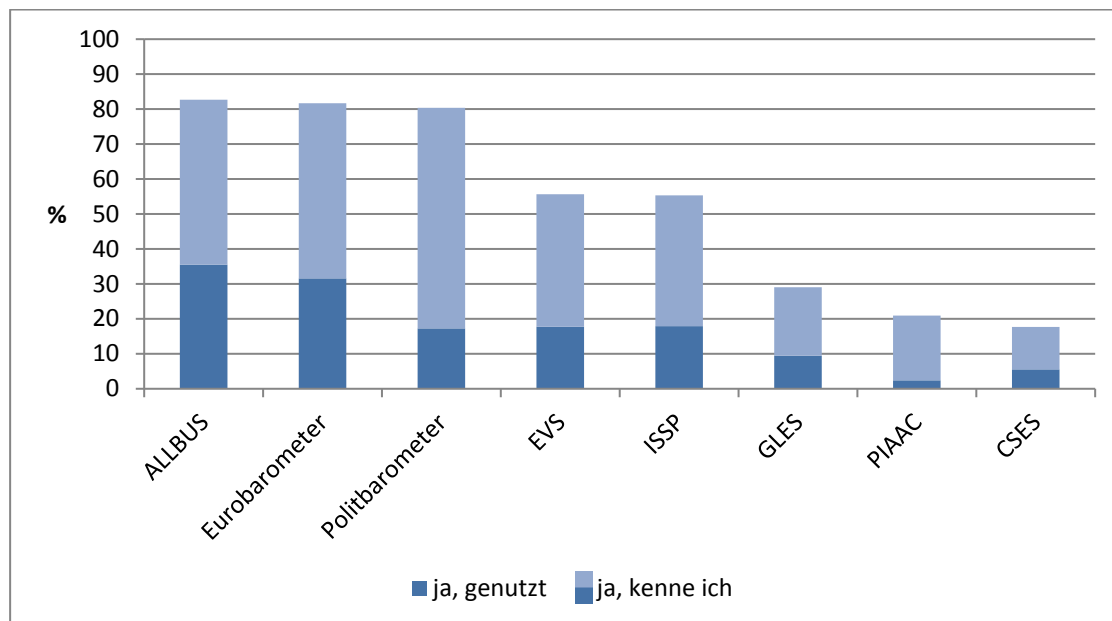
Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

5 Nationale und internationale Umfrageprogramme

5.1 Bekanntheit und Nutzung

Einige der nationalen und internationalen Umfrageprogramme gehören zu den bekanntesten GESIS-Angeboten (s. Abschnitt 3.1). Am bekanntesten und gleichzeitig das bekannteste Angebot bei GESIS ist dabei der ALLBUS mit einem Anteil von 82,7 % der Befragten, die angeben, dass sie das Angebot kennen. Gefolgt wird der ALLBUS vom Eurobarometer (81,7 %) und dem Politbarometer (80,4 %). Diese bilden mit dem ALLBUS die Top 3 der GESIS-Angebote mit einem Bekanntheitsgrad von über 80 %. Darauf folgen mit einem Anteil von 55,6 % die European Value Study (EVS) und mit 50,3 % das International Social Survey Programme (ISSP). Diese Anteile sind zwar um rund 30 Prozentpunkte niedriger als die Top-3-Angebote, landen aber ebenfalls unter den Top 10 der bekanntesten Angebote. Vergleichsweise abgeschlagen sind die German Longitudinal Election Study (GLES) mit 29,0 %, das Programme for the International Assessment of Adult Competencies (PIAAC, 20,9 %) und die Comparative Study of Electoral Systems (CSES, 17,7 %), bei denen es sich um eher spezifische Studien handelt. Zwei dieser Studien (PIAAC und CSES) gehören zu den eher unbekannten GESIS-Angeboten in den Bottom 10 (s. Abschnitt 3.1).

Der ALLBUS weist auf der Spitzenposition der Bekanntheit einen Nutzungsgrad von 42,9 % unter denen, denen der ALLBUS bekannt ist, bzw. von 35,5 % unter allen Befragten auf. Ähnlich hoch sind diese Zahlen für das Eurobarometer mit einem Anteil von 38,7 % unter denen, denen er bekannt ist, und 31,6 % unter allen Befragten. Das Politbarometer wird zu 21,5 % der Befragten, die es kennen genutzt und zu 17,3 % aller Befragten. EVS und ISSSP werden zu 31,9 % bzw. 35,6 % der Befragten, die das Angebot kennen genutzt. Unter allen Befragten entspricht dies Anteilen von 17,7 % bzw. zu 17,9 %. Die aufgrund ihrer spezifischen Ausrichtung weniger bekannten Angebote GLES, PIAAC und CSES werden zu 32,6 %, 11,6 % bzw. 31,4 % der Befragten, die die jeweiligen Datenprogramme kennen, genutzt. Bezogen auf alle Befragten beträgt der Nutzungsgrad 9,5 %, 2,4 % bzw. 5,6 % (s. Abbildung 8). Ein interessanter Befund ist, dass das Politbarometer, sicherlich aus den Medien, sehr bekannt ist. Andere Wahlstudien hingegen, wie GLES und CSES, werden von denen, die die Studien kennen, stärker genutzt. Dies kann mit dem höheren Informationsgehalt dieser Studien für wissenschaftliche Fragestellungen begründet werden, der die letzteren beiden Studien für Forschende interessant macht, während das Politbarometer für das aktuelle Tagesgeschehen relevant ist. Eine Schlussfolgerung könnte daher sein, dass durch eine Steigerung der Bekanntheit von GLES und CSES sich auch die Nutzerzahlen erhöhen ließen.



Anmerkung: Dargestellt sind Anteile der Bekanntheit und Nutzung der jeweiligen Angebote in der Gesamtstichprobe.

Abbildung 8: Bekanntheit und Nutzung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS

Die Datensätze der nationalen und internationalen Umfrageprogramme sind bei Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) in der Regel häufiger bekannt (Tabelle 11). Die Bekanntheit nach Fachrichtung richtet sich stark nach der Ausrichtung der Studie. Umfrageprogramme mit sozialwissenschaftlichem Schwerpunkt sind unter den Soziologen bekannter, Wahlstudien hingegen in der Politikwissenschaft. PIAAC ist das einzige Umfrageprogramm, das, durch einen gleichermaßen starken wirtschaftswissenschaftlichen Fokus, bei Soziolog(inn)en und bei Forschenden anderer Sozialwissenschaften ähnlich bekannt ist. Alle Umfrageprogramme sind unter Forschenden in Universitäten bekannter als in außer-universitären Forschungseinrichtungen. Unter vorwiegend qualitativ Forschenden sind fast alle Umfrageprogramme erwartungsgemäß weniger bekannt als unter vorwiegend quantitativ Forschenden. Eine Ausnahme bildet hier das Politbarometer, das 81,6 % der vorwiegend qualitativ Forschenden kennen, im Gegensatz zu 76,8 % der vorwiegend quantitativ Forschenden. Der Bekanntheitsgrad unter den Forschende, die sowohl qualitativ als auch quantitativ forschen, liegt in den meisten Fällen zwischen dem der qualitativ und der quantitativ Forschenden. Auch hier bildet das Politbarometer wieder eine Ausnahme, dass in dieser Gruppe mit 85,1 % bekannter ist als in den beiden übrigen Gruppen. Die starke Bekanntheit des Politbarometers auch unter qualitativ Forschenden könnte in der starken Verbreitung über das Fernsehen sowie durch Berichte, die zum Politbarometer veröffentlicht werden.

Tabelle 11: Bekanntheit von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS nach Subgruppen

	ALLBUS	Euro- barom.	Polit- barom.	EVS	ISSP	GLES	PIAAC	CSES
nach Position								
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	86,8 % 275	90,2 % 286	83,9 % 266	7,0 % 225	61,2 % 194	38,2 % 121	24,9 % 79	25,6 % 81
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	81,7 % 1123	79,7 % 1095	79,6 % 1093	52,1 % 716	47,8 % 657	26,9 % 370	20,0 % 275	15,9 % 218
nach Fachrichtung								
Soziologie	92,4 % 753	81,6 % 665	76,3 % 622	60,4 % 492	61,5 % 501	23,8 % 194	28,7 % 234	8,7 % 71
Politikwissenschaft	79,4 % 469	95,4 % 564	94,1 % 556	60,1 % 355	46,4 % 274	45,2 % 267	7,3 % 43	36,9 % 218
Andere Sozialwissenschaften	61,8 % 176	53,3 % 152	63,5 % 181	33,0 % 94	26,7 % 76	10,5 % 30	27,0 % 77	3,5 % 10
nach Institution								
Universität	87,6 % 1060	87,3 % 1056	85,5 % 1035	61,7 % 747	55,9 % 676	34,8 % 421	16,0 % 193	21,4 % 259
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	70,3 % 338	67,6 % 325	67,4 % 324	40,3 % 194	36,4 % 175	14,6 % 70	33,5 % 161	8,3 % 40
nach Orientierung								
Vorwiegend quantitativ	91,1 % 668	83,6 % 613	76,8 % 563	68,4 % 501	68,4 % 501	42,0 % 308	36,6 % 268	22,8 % 167
Vorwiegend qualitativ	71,4 % 400	77,3 % 433	81,6 % 457	38,6 % 216	30,5 % 171	13,0 % 73	6,4 % 36	7,9 % 44
Sowohl als auch	82,9 % 329	84,1 % 334	85,1 % 338	56,2 % 223	44,8 % 178	27,5 % 109	12,6 % 50	22,2 % 88

Anmerkung: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Zum Beispiel kennen 275 Professor(inn)en ALLBUS, das entsprechen 86,8 % aller befragten Professor(inn)en.

ALLBUS, Eurobarometer, EVS, ISSP und das Politbarometer sind bei Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) nicht nur bekannter als bei wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n, sie werden von ihnen auch häufiger genutzt (Tabelle 12). Dies könnte darauf hinweisen, dass diese Angebote insbesondere von Professor(inn)en auch in der Lehre häufig verwendet werden. Dadurch werden diese Daten auch unter Student(inn)en bekannt gemacht, was ebenfalls die hohe Bekanntheit der seit vielen Jahren durchgeführten Studien erklärt. Wie bei der Bekanntheit richtet sich auch die Nutzung nach Fachrichtung stark nach der Ausrichtung der Studie. Umfrageprogramme mit sozialwissenschaftlichem Schwerpunkt werden von Soziolog(inn)en häufiger genutzt, Wahlstudien hingegen von den Politikwissenschaftler(inne)n. PIAAC wird ebenfalls von Soziolog(inn)en und Forschenden anderer Sozialwissenschaften in ähnlichem Umfang genutzt. Forschende an Universitäten nutzen die Umfrageprogramme häufiger, mit Ausnahme von PIAAC, das in beiden Institutionstypen gleichermaßen genutzt wird. Vorwiegend quantitativ Forschende nutzen erwartungsgemäß die Umfrageprogramme häufiger. Hier ist der Eurobarometer eine Ausnahme, den Forschende, die sowohl quantitativ als auch qualitativ arbei-

ten am häufigsten (46,4 %) nutzen. Vorwiegend quantitativ und vorwiegend qualitativ Forschende haben hier einen ähnlichen Nutzungsgrad von 36,5 % bzw. 35,8 %.

Tabelle 12: Nutzung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS nach Subgruppen

	ALLBUS	Euro- barom.	Polit- barom.	EVS	ISSP	GLES	PIAAC	CSES
nach Position								
Professor(inn)en und Instituts- leiter(innen)	45,5 % 125	48,6 % 139	25,2 % 67	28,4 % 64	40,7 % 79	30,6 % 37	13,9 % 11	29,6 % 24
Wissenschaftliche Mitarbei- ter(innen)	42,3 % 475	36,1 % 395	20,6 % 225	33,0 % 236	34,1 % 224	33,2 % 123	10,9 % 30	32,1 % 70
nach Fachrichtung								
Soziologie	49,7 % 374	28,9 % 192	13,0 % 81	29,7 % 146	40,3 % 202	14,4 % 28	11,1 % 26	11,3 % 8
Politikwissenschaft	38,0 % 178	55,1 % 311	34,4 % 191	36,1 % 128	30,7 % 84	47,6 % 127	9,3 % 4	39,5 % 86
Andere Sozialwissenschaften	27,3 % 48	20,4 % 31	11,1 % 20	27,7 % 26	22,4 % 17	16,7 % 5	14,3 % 11	0 % 0
nach Institution								
Universität	48,0 % 509	44,2 % 467	25,9 % 268	33,9 % 253	38,6 % 261	34,7 % 146	10,4 % 20	30,9 % 80
Außeruniversitäre Forschungs- einrichtung	26,9 % 91	20,6 % 67	7,4 % 24	24,23 % 47	24,0 % 42	20,0 % 14	13,0 % 21	35,0 % 14
nach Orientierung								
Vorwiegend quantitativ	54,5 % 364	36,5 % 224	23,1 % 130	36,5 % 183	43,5 % 218	36,7 % 113	10,8 % 29	37,7 % 63
Vorwiegend qualitativ	25,0 % 100	35,8 % 155	16,6 % 76	21,8 % 47	14,6 % 25	15,1 % 11	8,3 % 3	9,1 % 4
Sowohl als auch	41,3 % 136	46,4 % 155	25,4 % 86	31,4 % 70	33,7 % 60	33,0 % 36	18,0 % 9	30,7 % 27

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Die Prozentangaben beziehen sich auf Befragte, denen das jeweilige Angebot bekannt ist. Zum Beispiel nutzen 125 Professor(inn)en ALLBUS, das entsprechen 45,5 % denen dieses Angebot in dieser Subgruppe bekannt ist.

5.2 Bedeutung und Weiterempfehlung

Von den Umfrageprogrammen wird die GLES von den Nutzern als am bedeutendsten für die eigene Arbeit eingeschätzt (s. Abbildung 9). Mit einem Mittelwert von 3,9 liegt sie vor CSES (3,7) und ISSP (3,5). Insbesondere bei diesen drei Studien sagten über die Hälfte der Befragten, dass diese Umfrageprogramme eher wichtig oder sehr wichtig für ihre Arbeit sind. Bei GLES sagten dies 65,5 % (Abbildung A3.1), bei CSES 62,7 % (Abbildung A3.2) und bei ISSP 52,5 % (Abbildung A3.3). ALLBUS, EVS und PIAAC liegen in ihrer Bedeutung mit einer mittleren Bewertung von 3,3 gleich auf. Die Umfragepro-

gramme mit der geringsten Bedeutung für die Arbeit der Befragten sind das Eurobarometer (3,1) und das Politbarometer (3,0).

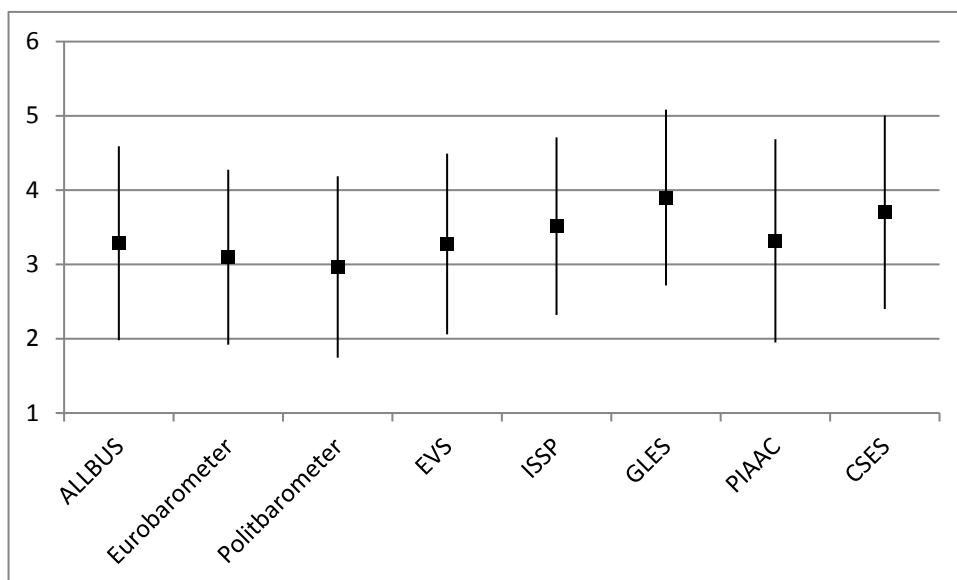


Abbildung 9: Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS für die eigene Arbeit

Die Bereitschaft zur Weiterempfehlung sind für die GLES (4,6), den ALLBUS (4,4) CSES und ISSP (jeweils 4,3) sehr hoch. Danach folgen die EVS mit einem Mittelwert von 4,1 sowie das Eurobarometer, das Politbarometer und PIAAC (jeweils 4,0, s. Abbildung 10).

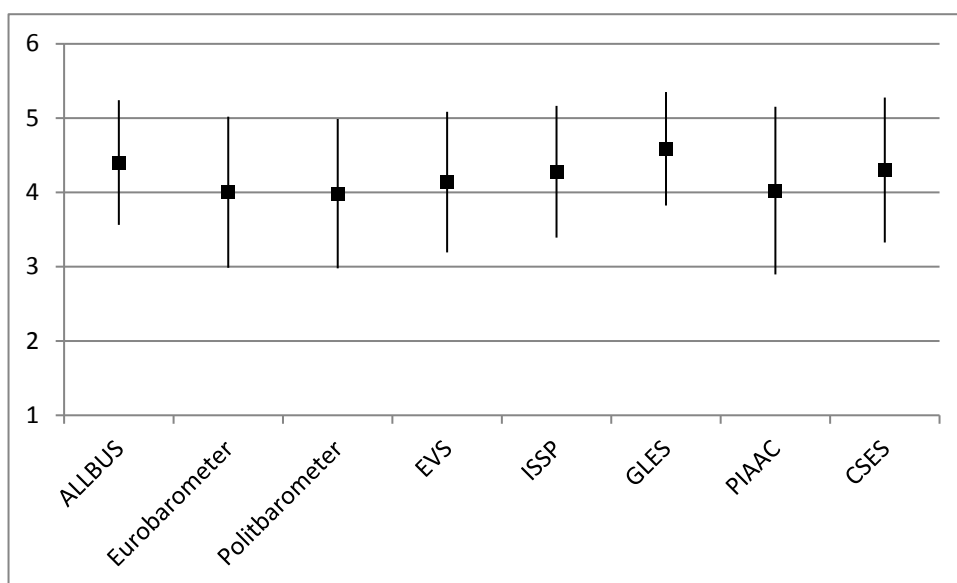


Abbildung 10: Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS

Hierbei fällt insbesondere auf, dass die Kategorie „Weiterempfehlung auf jeden Fall“ mit 71 % der Befragten bei GLES und 59 % der Befragten beim ALLBUS sehr häufig angekreuzt wurden (Abbildungen A3.4 und A3.5).

Insbesondere von Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) wird die GLES mit im Mittel 4,2 als sehr bedeutend eingeschätzt im Gegensatz zu einem Mittelwert von 3,8 bei den wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n ($d = 0,4$). Auch beim ALLBUS (3,7 vs. 3,2) und ISSP (3,8 vs. 3,4) gibt es mittelgroße Unterschiede zwischen diesen beiden Gruppen ($d = 0,4$ bzw. $d = 0,4$). Die Bedeutung der GLES ist für Politikwissenschaftler am größten. Diese machen auch die größte Nutzergruppe aus, wobei die Fallzahlen für Forschende der Soziologie und anderer Sozialwissenschaftler hier sehr gering sind (s. Tabelle 12). Beim ALLBUS und ISSP fällt auf, dass Forschende an Universitäten die Bedeutung höher einschätzen als Forschende an außeruniversitären Forschungseinrichtungen (ALLBUS: 3,4 vs. 2,7; $d = 0,5$; ISSP: 3,6 vs. 3,1, $d = 0,4$). Dies könnte mit der höheren Bewertung durch Professor(inn)en in Verbindung stehen und darauf hinweisen, dass beide Datensätze häufig auch in der Lehre verwendet werden. Alle Umfrageprogramme haben erwartungsgemäß gemeinsam, dass ihre Bedeutung für die eigene Arbeit von vorwiegend quantitativ Forschenden höher beurteilt wird, als von vorwiegend qualitativ Forschenden (s. Tabelle 13).

Tabelle 13: Bedeutung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen

	ALLBUS	Euro- barom.	Polit- barom.	EVS	ISSP	GLES	PIAAC	CSES
nach Position								
Professor(inn)en und Instituts- leiter(innen)	3,7 (1,2)	3,3 (1,1)	3,0 (1,2)	3,5 (1,2)	3,8 (1,1)	4,2 (0,8)	3,4 (1,4)	4,0 (1,1)
Wissenschaftliche Mitarbei- ter(innen)	3,2 (1,3)	3,0 (1,2)	2,9 (1,2)	3,2 (1,2)	3,4 (1,2)	3,8 (1,3)	3,3 (1,4)	3,6 (1,4)
nach Fachrichtung								
Soziologie	3,3 (1,3)	3,1 (1,2)	2,8 (1,2)	3,5 (1,2)	3,6 (1,2)	3,2 (1,3)	3,5 (1,4)	2,5 (1,4)
Politikwissenschaft	3,4 (1,3)	3,1 (1,2)	3,1 (1,2)	3,1 (1,2)	3,5 (1,1)	4,1 (1,1)	2,5 (0,6)	3,8 (1,2)
Andere Sozialwissenschaften	2,4 (1,4)	2,8 (1,1)	2,4 (1,0)	3,0 (1,1)	2,6 (0,9)	2,6 (1,5)	3,3 (1,3)	0,0 (0,0)
nach Institution								
Universität	3,4 (1,3)	3,1 (1,2)	3,0 (1,2)	3,3 (1,2)	3,6 (1,2)	3,9 (1,2)	3,2 (1,4)	3,6 (1,3)
Außeruniversitäre Forschungs- einrichtung	2,7 (1,3)	2,8 (1,1)	3,0 (1,2)	3,3 (1,2)	3,1 (1,3)	4,0 (1,3)	3,4 (1,4)	4,1 (1,2)
nach Orientierung								
Vorwiegend quantitativ	3,4 (1,3)	3,3 (1,2)	3,1 (1,2)	3,4 (1,2)	3,6 (1,2)	4,1 (1,1)	3,4 (1,5)	3,8 (1,4)
Vorwiegend qualitativ	2,8 (1,2)	2,7 (1,2)	2,5 (1,1)	2,7 (1,3)	3,3 (1,2)	3,0 (1,1)	2,7 (0,6)	2,3 (1,0)
Sowohl als auch	3,3 (1,2)	3,2 (1,1)	3,2 (1,2)	3,4 (1,1)	3,5 (1,2)	3,7 (1,2)	3,3 (1,1)	3,8 (1,1)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

Hinsichtlich der Weiterempfehlung sind die Subgruppen recht homogen. Es zeigen sich beim ALLBUS und bei ISSP, ähnlich der Bedeutung dieser beiden Angebote, eine höhere Bewertung durch Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n (ALLBUS: 4,6 vs. 4,3; $d = 0,4$; ISSP: 4,5 vs. 4,2; $d = 0,3$; s. Tabelle 14). Der ALLBUS wird zudem etwas häufiger von vorwiegend quantitativ Forschenden weiterempfohlen (4,5) als von vorwiegend qualitativ Forschenden (4,1).

Tabelle 14: Weiterempfehlung von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen von GESIS nach Subgruppen

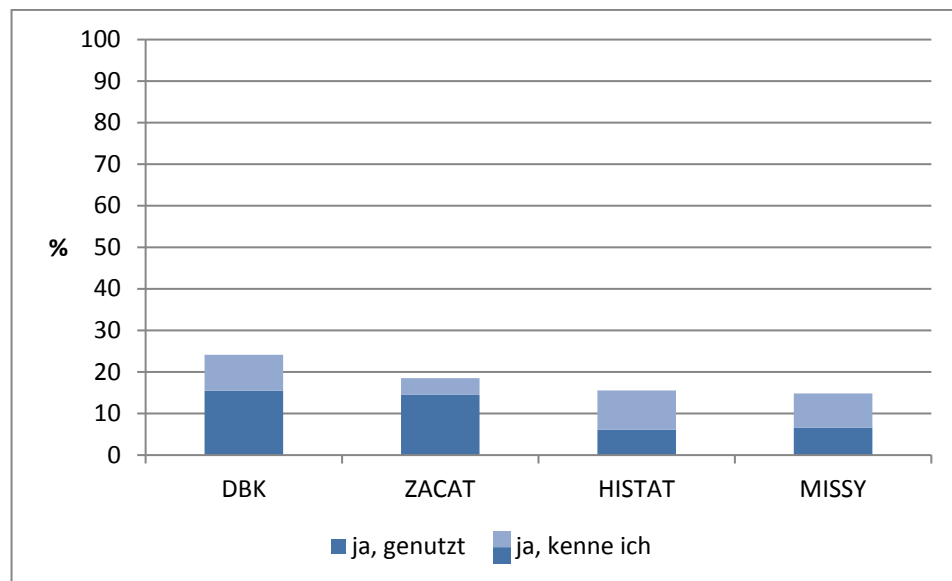
	ALLBUS	Euro- barom.	Polit- barom.	EVS	ISSP	GLÉS	PIAAC	CSES
nach Position								
Professor(inn)en und Instituts- leiter(innen)	4,6 (0,7)	4,1 (1,0)	4,2 (1,0)	4,3 (1,0)	4,5 (0,8)	4,7 (0,6)	3,9 (1,1)	4,6 (0,7)
Wissenschaftliche Mitarbei- ter(innen)	4,3 (0,9)	4,0 (1,0)	3,9 (1,0)	4,1 (0,9)	4,2 (0,9)	4,5 (0,8)	4,1 (1,1)	4,2 (1,0)
nach Fachrichtung								
Soziologie	4,4 (0,8)	4 (1,0)	3,9 (1,0)	4,2 (0,9)	4,3 (0,8)	4,4 (1,0)	4 (1,2)	3,9 (1,5)
Politikwissenschaft	4,5 (0,8)	4,0 (1,0)	4,0 (1,0)	4,1 (1,1)	4,2 (0,9)	4,6 (0,7)	3 (1,4)	4,3 (0,9)
Andere Sozialwissenschaften	4,1 (0,9)	4,0 (0,9)	3,8 (1,0)	4,2 (0,9)	3,8 (1,1)	4,0 (1,0)	4,4 (0,7)	0,0 (0,0)
nach Institution								
Universität	4,4 (0,9)	4,0 (1,0)	4,0 (1,0)	4,2 (1,0)	4,3 (0,9)	4,6 (0,8)	4,0 (1,2)	4,3 (1)
Außeruniversitäre Forschungs- einrichtung	4,3 (0,7)	4,1 (0,8)	3,7 (0,9)	4,0 (0,8)	4,0 (0,9)	4,6 (0,8)	4,0 (1,1)	4,4 (0,6)
nach Orientierung								
Vorwiegend quantitativ	4,5 (0,8)	3,9 (1,1)	4,0 (1,0)	4,2 (0,9)	4,3 (0,9)	4,7 (0,6)	4,1 (1,2)	4,4 (0,9)
Vorwiegend qualitativ	4,1 (1,0)	3,9 (1,0)	3,8 (1,0)	3,9 (1,0)	4,0 (0,7)	4,3 (0,9)	3,3 (0,6)	3,3 (1,7)
Sowohl als auch	4,4 (0,9)	4,1 (0,9)	4,2 (0,9)	4,3 (1,0)	4,2 (1,0)	4,3 (1,0)	3,9 (1,2)	4,3 (1,0)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

6 Datenrecherchertools

6.1 Bekanntheit und Nutzung

Bezüglich der Datenrecherche wurden die Wissenschaftler(innen) gefragt, ob sie die GESIS-Angebote HISTAT, ZACAT, DBK und MISSY kennen. Generell gehören diese GESIS-weit zu den eher unbekannten Angeboten und landen damit in den Bottom 10 (s. Abschnitt 3.1). Unter den vier Angeboten ist der Datenbestandskatalog (DBK) mit einem Anteil von 24,1 % der Befragten, die angeben, dass sie das Angebot kennen, das bekannteste Angebot. Gefolgt wird der DBK von ZACAT (18,5 %), HISTAT⁷ (15,6 %) und MISSY (14,8 %). Diese Angebote werden jedoch von den Befragten, denen das Angebot bekannt ist, recht häufig genutzt. Der DBK wurde von 64,2 % der Befragten, die den DBK kennen, in den letzten fünf Jahren genutzt. Damit nutzen ihn 15,5 % aller Befragten. ZACAT weist mit 78,3 % einen sehr hohen Nutzeranteil unter denen auf, denen ZACAT bekannt ist. Von allen Befragten nutzen es 14,5 %. HISTAT wird von 39,2 % und MISSY von 44,6 % der Befragten genutzt, die das jeweilige Angebot kennen und zu 6,1 % bzw. 6,6 % unter allen Befragten (s. Abbildung 11).



Anmerkung: Dargestellt sind Anteile der Bekanntheit und Nutzung der jeweiligen Angebote in der Gesamtstichprobe.

Abbildung 11: Bekanntheit und Nutzung von Datenrecherchertools von GESIS

Die Datenrecherchertools sind bei Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n besser bekannt, als unter wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n (s. Tabelle 15). Unter den Befragten, die diese Angebote kennen, nutzen jedoch beide Befragtengruppen diese Tools ähnlich häufig (s. Tabelle 16). MISSY ist bei Forschenden der Soziologie bekannter als bei Politikwissenschaftler(inne)n (22,2 % vs. 7,6 %), was sich auch in der Nutzung widerspiegelt. Es wird von 45,9 % der Soziolog(inn)en genutzt und zu 28,9 % der Politikwissenschaftler(inne)n, unter denen es bekannt ist. Die anderen Tools sind bei den Befragten beider Fachgruppen etwa gleich häufig bekannt und werden ungefähr gleich häufig genutzt. Eher

⁷ Historiker, eine wichtige Zielgruppe für HISTAT, wurden nicht explizit befragt.

wenig sind die Datenrecherchertools unter Forschenden in anderen Sozialwissenschaften bekannt, so dass hier die Nutzerzahlen nicht mehr aussagekräftig interpretiert werden können. In den Universitäten sind die Tools häufiger bekannt als in außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Eine Ausnahme bildet hier MISSY, das in beiden Institutionstypen gleichermaßen bekannt ist. MISSY wird in außeruniversitären Forschungseinrichtungen häufiger genutzt als in Universitäten (59,5 % vs. 38,4 %). Bei vorwiegend quantitativ Forschenden sind die Datenrecherchertools erwartungsgemäß häufiger bekannt als bei vorwiegend qualitativ Forschenden und werden von den vorwiegend quantitativ Forschenden auch häufiger genutzt. Lediglich HISTAT wird von vorwiegend quantitativ und vorwiegend qualitativ Forschenden gleichermaßen häufig genutzt (36,9 % vs. 36,0 %).

Tabelle 15: Bekanntheit von Datenrecherchertools von GESIS nach Subgruppen

	DBK	ZACAT	HISTAT	MISSY
nach Position				
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	31,2 %	24,3 %	21,8 %	18,3 %
	99	77	69	58
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	22,5 %	17,2 %	14,1 %	14,1 %
	309	236	194	193
nach Fachrichtung				
Soziologie	29,1 %	20,7 %	16,8 %	22,2 %
	237	169	137	181
Politikwissenschaft	24,5 %	22,5 %	16,8 %	7,6 %
	145	133	99	45
Andere Sozialwissenschaften	9,1 %	3,9 %	9,5 %	8,8 %
	26	11	27	25
nach Institution				
Universität	28,6 %	22,6 %	17,7 %	14,6 %
	346	274	214	177
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	12,9 %	8,1 %	10,2 %	15,4 %
	62	39	49	74
nach Orientierung				
Vorwiegend quantitativ	36,3 %	32,7 %	16,6 %	23,9 %
	266	240	122	175
Vorwiegend qualitativ	10,5 %	4,3 %	13,4 %	6,3 %
	59	24	75	35
Sowohl als auch	20,9 %	12,3 %	16,4 %	10,3 %
	83	49	65	41

Anmerkung: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Zum Beispiel kennen 99 Professor(inn)en den DBK, das entsprechen 31,2 % aller befragten Professor(inn)en.

Tabelle 16: Nutzung von Datenrecherchertools von GESIS nach Subgruppen

	DBK	ZACAT	HISTAT	MISSY
nach Position				
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	57,6 %	76,6 %	40,6 %	41,4 %
	57	59	28	24
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	66,3 %	78,8 %	38,7 %	45,6 %
	205	186	75	88
nach Fachrichtung				
Soziologie	63,7 %	76,9 %	36,5 %	45,9 %
	151	130	50	83
Politikwissenschaft	66,9 %	81,2 %	42,4 %	28,9 %
	97	108	42	13
Andere Sozialwissenschaften	53,9 %	63,6 %	40,7 %	64,0 %
	14	7	11	16
nach Institution				
Universität	66,5 %	79,2 %	38,8 %	38,4 %
	230	217	83	68
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	51,6 %	71,8 %	40,8 %	59,5 %
	32	28	20	44
nach Orientierung				
Vorwiegend quantitativ	70,7 %	84,6 %	36,9 %	50,3 %
	188	203	45	88
Vorwiegend qualitativ	52,5 %	33,3 %	36,0 %	20,0 %
	31	8	27	7
Sowohl als auch	51,8 %	69,4 %	47,7 %	41,5 %
	43	34	31	17

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Die Prozentangaben beziehen sich auf Befragte, denen das jeweilige Angebot bekannt ist. Zum Beispiel nutzen 57 Professor(inn)en DBK, das entsprechen 57,6 % denen dieses Angebot in dieser Subgruppe bekannt ist.

Insgesamt wäre bei einer hohen Bekanntheit und Nutzung der Umfrageprogramme eine dementsprechend höhere Bekanntheit und Nutzung der Datenrecherchertools zu erwarten, da die stark bekannten Datensätze der Umfrageprogramme (Abschnitt 5) über diese Tools beziehbar sind. Zudem sind noch viele weitere Datensätze über diese Tools zugänglich. Dies lässt darauf schließen, dass die Tools tatsächlich häufiger genutzt werden, dies den Nutzern der Datensätze jedoch nicht bewusst ist. Dafür sprechen auch die hohe Anzahl von Besuchern auf den Webseiten und der Downloads, die für diese Tools in den Nutzerstatistiken dokumentiert sind (Tabelle 17). Zudem kann es sein, dass sich Forschende die Daten suchen lassen und aus diesem Grund die Tools selbst nicht kennen und nicht benutzen, sondern ihre studentischen Hilfskräfte dies für sie erledigen. Weiterhin werden ZACAT und DBK sehr viel von Nutzern aus dem Ausland genutzt, die hier nicht befragt wurden.

Tabelle 17: Webseitenbesucher und Downloads für die Datenrecherchertools von GESIS laut Nutzerstatistiken

	DBK	ZACAT	HISTAT	MISSY
Webseitenbesucher	127.530	67.369	22.841	18.689 ¹
Downloads	53.056	-	7.255	16.163

Anmerkungen: ZACAT bietet keine Downloads an. ¹ Langjähriger Durchschnitt. Durch eine Neustrukturierung in 2016 konnten die Besucher nicht einheitlich gezählt werden.

Die Tools werden also scheinbar vielmehr als Infrastruktur wahrgenommen, über die GESIS Daten bereitstellt und nicht als Angebot für den Nutzer. Hierbei ist es also gar nicht wichtig, die einzelnen Tools als eigenes Angebot zu vermarkten, sondern sie könnten zu einer generellen Datensuche kombiniert werden, über die Nutzer die gewünschten Daten finden können. Diese Überlegung gibt es bereits und ist mit der Entwicklung der GESIS-weiten Suche bereits sehr weit fortgeschritten.

6.2 Bedeutung und Weiterempfehlung

Die Bedeutung der Angebote der Forschungsdatenrecherche wurden im Mittel mit 3,5 (DBK), 3,8 (ZACAT), 2,9 (HISTAT) und 3,4 (MISSY) bewertet (s. Abbildung 12). Besonders ZACAT fällt hierbei mit einer hohen Bewertung auf. Hierzu gaben 66 % der Befragten an, dass dieses Tool eher wichtig oder sogar sehr wichtig für die eigene Arbeit ist (Abbildung A3.6).

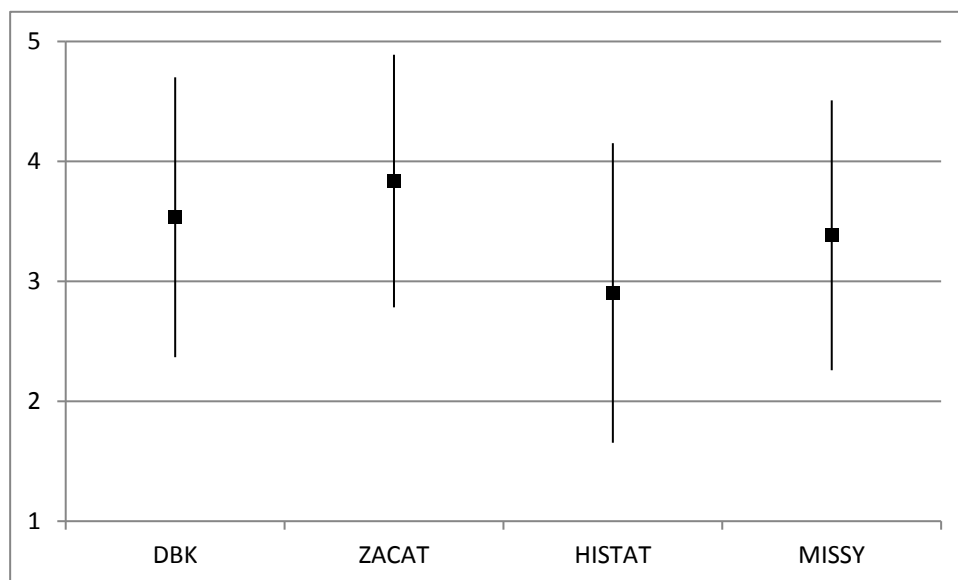


Abbildung 12: Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von Datenrecherchertools von GESIS für die eigene Arbeit

Die Nutzer der Angebote zur Datenrecherche ZACAT, DBK und MISSY würden mit einem mittleren Wert von 4,4 (ZACAT) bzw. 4,2 (DBK und MISSY) diese drei Angebote eindeutig weiterempfehlen. Aber auch HISTAT erreicht hier mit 3,8 einen hohen Mittelwert (s. Abbildung 13).

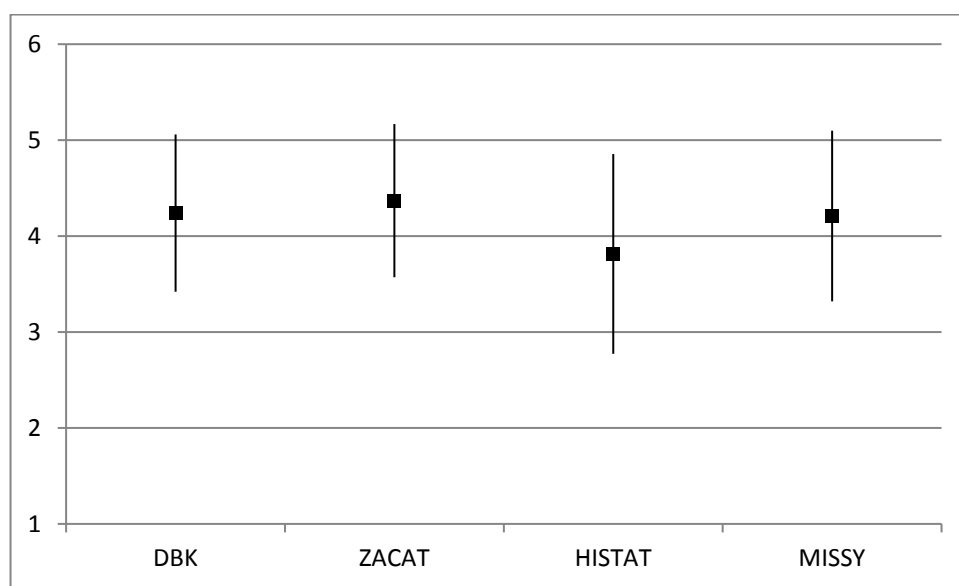


Abbildung 13: Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Datenrecherchertools von GESIS

Die hohe Bedeutung von ZACAT zeigt sich bereits in den hohen Nutzerzahlen (78,3 %) unter den Befragten, denen das Angebot bekannt ist. Gepaart mit einer hohen Weiterempfehlungsbereitschaft spricht dies dafür, dieses Angebot bekannter zu machen, auch indem es auf weitere Studien ausgeweitet wird. Ähnlich positiv schneiden auch die anderen Tools ab, sofern sie bekannt sind.

Die Bedeutung Datenrecherchertools ist über die Subgruppen hinweg recht homogen. Lediglich HISTAT hat für Forschende in außeruniversitären Forschungseinrichtungen eine höhere Bedeutung (3,5 vs. 2,8; $d = 0,6$; s. Tabelle 18).

Tabelle 18: Bedeutung von Datenrecherchertools von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen

	DBK	ZACAT	HISTAT	MISSY
nach Position				
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	3,6 (1,1)	3,9 (1,1)	3,0 (1,3)	3,7 (1,2)
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	3,5 (1,2)	3,8 (1,0)	2,9 (1,2)	3,3 (1,1)
nach Fachrichtung				
Soziologie	3,5 (1,2)	3,7 (1,0)	3,0 (1,4)	3,4 (1,2)
Politikwissenschaft	3,6 (1,2)	4,0 (1,0)	2,8 (1,1)	3,4 (0,9)
Andere Sozialwissenschaften	3,1 (1,1)	3,0 (1,3)	3,1 (1,2)	3,4 (0,9)
nach Institution				
Universität	3,7 (1,2)	3,9 (1,1)	2,8 (1,2)	3,3 (1,1)
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	3,3 (1,1)	3,6 (1,0)	3,5 (1,2)	3,5 (1,1)
nach Orientierung				
Vorwiegend quantitativ	3,7 (1,1)	3,9 (1,0)	3,2 (1,3)	3,5 (1,1)
Vorwiegend qualitativ	2,9 (1,1)	3,6 (1,1)	2,4 (1,2)	2,9 (0,4)
Sowohl als auch	3,2 (1,1)	3,5 (1,1)	2,9 (1,1)	3,0 (1,3)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) und wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n würden die Tools gleichermaßen weiterempfehlen. HISTAT wird von Forschenden in außeruniversitären Forschungseinrichtungen (die HISTAT ebenfalls eine höhere Bedeutung zumessen) eher weiterempfohlen (4,2 vs. 3,7; $d = 0,6$). Der DBK wird hingegen eher von Forschenden in Universitäten weiterempfohlen (4,3 vs. 3,9, $d = 0,5$). DBK und HISTAT werden zudem von vorwiegend quantitativ Forschenden häufiger weiterempfohlen (DBK: 4,3; HISTAT: 4,0) als von vorwiegend qualitativ Forschenden (DBK: 4,0; HISTAT: 3,5; s. Tabelle 19).

Tabelle 19: Weiterempfehlung von Datenrecherchertools von GESIS nach Subgruppen

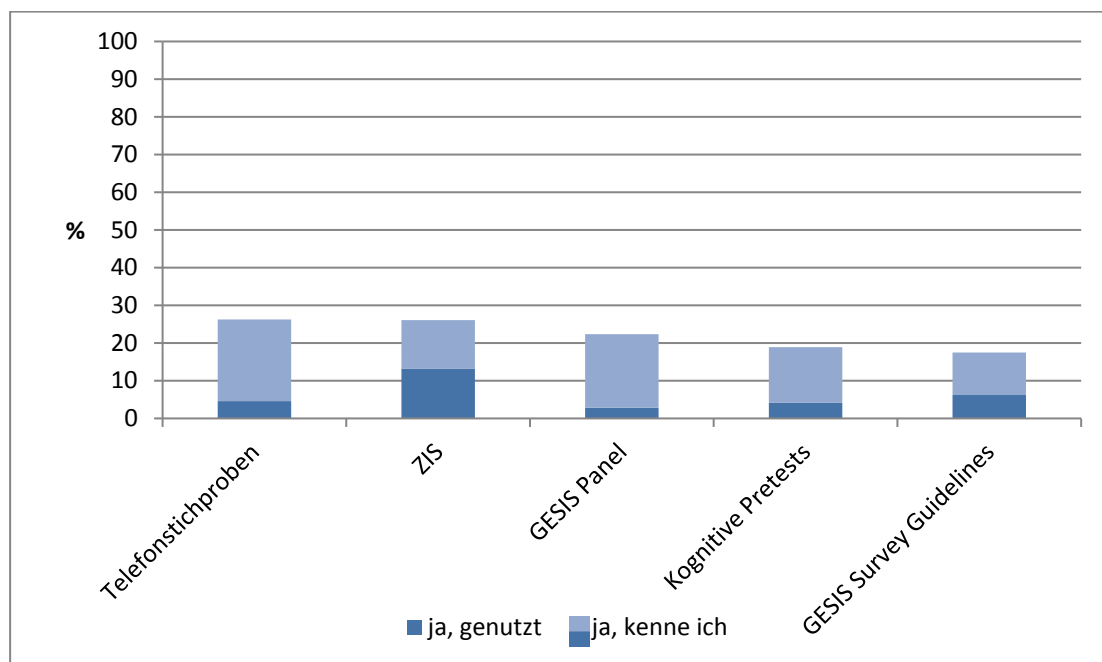
	DBK	ZACAT	HISTAT	MISSY
nach Position				
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	4,3 (0,9)	4,5 (0,8)	3,9 (1,2)	4,3 (1,0)
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	4,2 (0,8)	4,3 (0,8)	3,8 (1,0)	4,2 (0,9)
nach Fachrichtung				
Soziologie	4,2 (0,9)	4,3 (0,9)	3,8 (1,1)	4,2 (0,9)
Politikwissenschaft	4,3 (0,8)	4,5 (0,7)	3,8 (1,0)	4,3 (0,9)
Andere Sozialwissenschaften	4,2 (0,6)	3,8 (0,8)	3,9 (0,9)	4,0 (0,8)
nach Institution				
Universität	4,3 (0,8)	4,4 (0,8)	3,7 (1,1)	4,2 (1,0)
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	3,9 (0,7)	4,1 (0,8)	4,2 (0,7)	4,3 (0,8)
nach Orientierung				
Vorwiegend quantitativ	4,3 (0,8)	4,4 (0,8)	4,0 (0,9)	4,3 (0,8)
Vorwiegend qualitativ	4,0 (0,9)	4,5 (0,8)	3,5 (0,9)	3,9 (0,7)
Sowohl als auch	4,1 (0,8)	4,3 (0,9)	3,8 (1,2)	3,7 (1,3)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

7 Datenerhebung

7.1 Bekanntheit und Nutzung

GESIS bietet verschiedene Dienstleistungen zur Datenerhebung an. Unter allen Befragten ist das Angebot zur Ziehung von Telefonstichproben (26,3 %) am bekanntesten, gefolgt von der Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS, 26,1 %). Danach folgt das Angebot des GESIS Panels mit 22,4 % und die kognitiven Pretests (18,9 %). Eher unbekannt sind die GESIS Survey Guidelines mit 17,5 %, was vermutlich darauf zurückzuführen ist, dass es dieses Angebot erst seit Anfang 2015 gibt. Im Vergleich zu den anderen Angeboten zur Datenerhebung ist das ein eher kurzer Zeitraum. Das Angebot könnte daher von verstärkten Marketingmaßnahmen profitieren. Bis auf ZIS fällt die Nutzung allgemein eher gering aus. In Abbildung 14 sind die Anteile der Bekanntheit und Nutzung der jeweiligen Angebote in Bezug auf die Gesamtstichprobe dargestellt. Beschränkt man die Stichprobe auf die Personen, die bereits Daten erhoben haben, erhöhen sich die Anteile der Bekanntheit geringfügig (Telefonstichproben: 32,6 %, ZIS: 36,8 %, GESIS Panel: 29,9 %, kognitive Pretests: 26,3 %, Survey Guidelines: 22,8 %).



Anmerkung: Dargestellt sind Anteile der Bekanntheit und Nutzung der jeweiligen Angebote in der Gesamtstichprobe.

Abbildung 14: Bekanntheit und Nutzung von Datenerhebungsangeboten von GESIS

Tabelle 20: Bekanntheit von Datenerhebungsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	Telefon- stichproben	ZIS	GESIS Panel	Kognitive Pretests	GESIS Survey Guidelines
nach Position					
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	33,4 %	34,4 %	29,7 %	23,0 %	24,0 %
	106	109	94	73	76
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	24,6 %	24,2 %	20,7 %	18,0 %	16,0 %
	338	332	284	247	220
nach Fachrichtung					
Soziologie	31,5 %	34,1 %	28,7 %	24,3 %	20,4 %
	257	278	234	198	166
Politikwissenschaften	22,2 %	18,1 %	17,9 %	12,5 %	15,2 %
	131	107	106	74	90
Andere Sozialwissenschaften	19,7 %	19,7 %	13,3 %	16,8 %	14,0 %
	56	56	38	48	40
nach Institution					
Universität	28,5 %	28,3 %	24,5 %	18,7 %	18,8 %
	345	342	296	226	228
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	20,6 %	20,6 %	17,1 %	19,5 %	14,1 %
	99	99	82	94	68
nach Orientierung					
Vorwiegend quantitativ	35,2 %	38,5 %	36,0 %	29,9 %	21,6 %
	258	282	264	219	158
Vorwiegend qualitativ	16,8 %	10,0 %	9,5 %	8,2 %	11,1 %
	94	56	53	46	62
Sowohl als auch	23,2 %	25,9 %	15,4 %	13,9 %	19,1 %
	92	103	61	55	76

Anmerkung: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Zum Beispiel kennen 109 Professor(inn)en ZIS, das entsprechen 34,4 % aller befragten Professor(inn)en.

Drei Angebote zur Datenerhebung sind bei den befragten Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n recht gleich gut bekannt: ZIS mit 34,4 %, Telefonstichproben mit 33,4 %, GESIS Panel mit 29,7 %; s. Tabelle 20) und am stärksten wird in dieser Personengruppe ZIS benutzt (41,3 %, s. Tabelle 21). Das Angebot der GESIS Survey Guidelines (24,0 %) und kognitiven Pretests (23,0 %) sind unter Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n mäßig bekannt. Unter den befragten wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n ist das Angebot zur Ziehung der Telefonstichproben (24,6 %) und ZIS (24,3 %) am bekanntesten. Die übrigen Angebote sind in dieser Subgruppe bei bzw. unter 20,0 % der Befragten bekannt. Das Angebot zur Ziehung von Telefonstichproben und ZIS sind in beiden Subgruppen am bekanntesten, jedoch sind die Angebote generell unter den Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) bekannter als bei den wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n. Bei der Nutzung ist es umgekehrt: wissenschaftliche Mitarbeiter(innen) nutzen die Angebote mehr als Professor(innen) und Institutsleiter(innen). Eine Ausnahme ist hier die Ziehung von Telefonstichproben, welches ähnlich viel genutzt wird.

Wenn nach den verschiedenen Fachrichtungen unterschieden wird, ist ZIS (34,1 %) unter den befragten Soziolog(inn)en am bekanntesten und wird auch stark genutzt (57,6 %). Eher unbekannt sind die GESIS Survey Guidelines (20,4 %) unter den Soziolog(inn)en, aber diese werden am zweitstärksten in dieser Subgruppe genutzt (41,6 %). Unter den befragten Politikwissenschaftler(inn)en ist das Angebot zur Ziehung von Telefonstichproben am bekanntesten (22,2 %) bei einer Nutzung von 14,5 %. Eher unbekannt sind die kognitiven Prestests (12,5 %) und werden, wenn sie bekannt sind, von 13,5 % der Befragten dieser Gruppe genutzt. Befragten aus anderen Sozialwissenschaften ist das Angebot Ziehung von Telefonstichproben und ZIS (je 19,7 %) am bekanntesten bei Nutzungsraten von 12,5 % bzw. 39,3 %. Eher unbekannt ist das Angebot des GESIS Panel (13,3 %) und wird auch wenig genutzt (10,5 %). Insgesamt ist auch ersichtlich, dass bei Soziolog(inn)en die Angebote aus der Datenerhebung generell bekannter sind.

Unter den Befragten aus Universitäten sind das Angebot zur Ziehung von Telefonstichproben (28,5 %) und ZIS (28,3 %) am bekanntesten. Diese werden unterschiedlich stark genutzt (Telefonstichproben: 19,1 % versus ZIS 51,2 %). Mäßig bekannt in dieser Subgruppe sind die GESIS Survey Guidelines und die kognitiven Pretests (unter 20,0 %) und werden auch unterschiedlich stark genutzt (39,0 % versus 19,5 %). Im Vergleich zu Befragten von außeruniversitären Forschungseinrichtungen sind alle Angebote bei etwa und unter 20,0 % der Befragten bekannt, wobei ZIS (49,5 %) und das GESIS Panel (27,7 %) relativ stark genutzt werden. Zusammengefasst sind alle Angebote unter den Befragten aus Universitäten bekannter als unter den Befragten aus außeruniversitären Einrichtungen.

Wenn nach Orientierung unterschieden wird, sind alle Angebote zur Datenerhebung am bekanntesten unter den quantitativ Forschenden (ZIS: 38,5 %, Ziehung von Telefonstichproben: 35,2 %, GESIS Panel: 36 %, kognitive Pretests: 29,9 %, GESIS Survey Guidelines: 21,6 %). Alle Angebote sind weniger bekannt unter den qualitativ Forschenden (ZIS: 10 %, Ziehung von Telefonstichproben: 16,8 %, GESIS Panel: 9,5 %, kognitive Pretests: 8,2 %, GESIS Survey Guidelines: 11,1 %). Die Forschenden, die mit beiden Arten von Daten arbeiten, liegen mit dem Bekanntheitsgrad zwischen den beiden anderen Subgruppen (ZIS: 25,9 %, Ziehung von Telefonstichproben: 23,2 %, GESIS Panel: 15,4 %, kognitive Pretests: 13,9 %, GESIS Survey Guidelines: 19,1 %). Die Nutzung, wenn diese Angebote bekannt sind, ist am stärksten für ZIS sowie die GESIS Survey Guidelines.

ZIS und das Angebot zur Ziehung von Telefonstichproben sind über alle Subgruppen hinweg am bekanntesten, werden aber unterschiedlich stark genutzt. Das liegt wahrscheinlich daran, dass ZIS ein Recherchetool ist und deswegen häufiger genutzt wird. Die Ziehung von Telefonstichproben oder die Nutzung des GESIS Panels fallen im Vergleich zu einem Recherchetool im Forschungsprozess weniger häufig an. Unter den quantitativ Forschenden sind alle Angebote zur Datenerhebung recht bekannt, weniger hingegen unter den qualitativ Forschenden. Die qualitativ Forschenden nutzen Angebote dieser Gruppe weniger. Das ist nicht überraschend, da Angebote zur Datenerhebung höchstwahrscheinlich weniger relevant für die qualitative Forschung sind. Eine Ausnahme ist die Nutzung von ZIS (23,2 %).

Tabelle 21: Nutzung bei Bekanntheit von Datenerhebungsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	Telefonstich- proben	ZIS	GESIS Panel	Kognitive Pretests	GESIS Survey Guidelines
nach Position					
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	17,9 % 19	41,3 % 45	18,1 % 17	17,8 % 13	30,3 % 23
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	17,5 % 59	53,9 % 179	10,9 % 31	23,1 % 57	37,3 % 82
nach Fachrichtung					
Soziologie	20,2 % 52	57,6 % 160	12,0 % 28	24,2 % 48	41,6 % 69
Politikwissenschaft	14,5 % 19	39,3 % 42	15,1 % 16	13,5 % 10	30,0 % 27
Andere Sozialwissenschaften	12,5 % 7	39,3 % 22	10,5 % 4	25,0 % 12	22,5 % 9
nach Institution					
Universität	19,1 % 66	51,2 % 175	15,2 % 45	19,5 % 44	39,0 % 89
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	12,1 % 12	49,5 % 49	3,7 % 3	27,7 % 26	23,5 % 16
nach Orientierung					
Vorwiegend quantitativ	23,3 % 60	59,6 % 168	12,9 % 34	24,2 % 53	39,9 % 63
Vorwiegend qualitativ	7,5 % 7	23,2 % 13	9,4 % 5	6,5 % 3	14,5 % 9
Sowohl als auch	12,0 % 11	41,8 % 43	14,8 % 9	25,5 % 14	43,4 % 33

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Die Prozentangaben beziehen sich auf die Personengruppe, denen das jeweilige Angebot bekannt ist. Zum Beispiel nutzen 45 Professor(inn)en ZIS, das entsprechen 41,3 % denen dieses Angebot in dieser Subgruppe bekannt ist.

7.2 Bedeutung und Weiterempfehlung

Über alle Befragten hinweg wurde das Angebot zur Ziehung von Telefonstichproben als am bedeutsamsten für die eigene Arbeit bewertet. Dieses Angebot erzielt einen Mittelwert von 4,0, gefolgt von kognitiven Pretests (3,7), GESIS Survey Guidelines (3,6), GESIS Panel (3,5) und ZIS (3,4; Abbildung 15). Die Ziehung der Telefonstichproben wird signifikant wichtiger für die eigene Arbeit bewertet als ZIS ($d = 0,5$). Die restlichen Bedeutungsratings unterscheiden sich nicht bedeutsam voneinander.

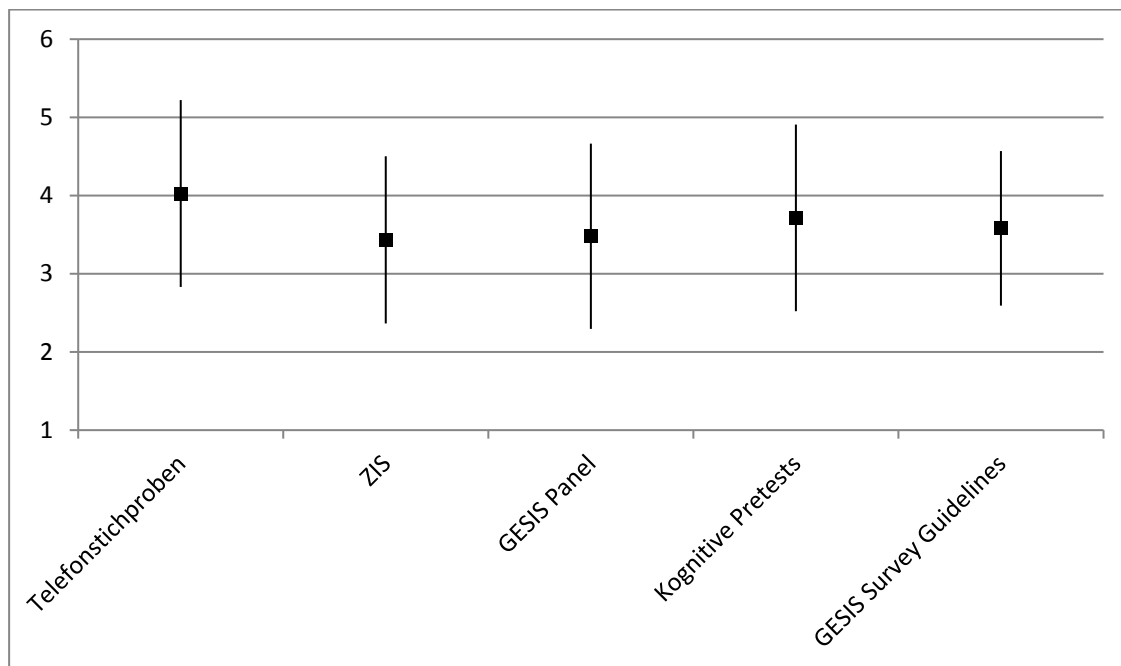


Abbildung 15: Mittelwert und Standardabweichung der Bedeutung von Datenerhebungsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit

Über die verschiedenen Subgruppen hinweg unterscheiden sich die Bedeutungsbewertungen der einzelnen GESIS-Angebote in der Datenerhebung kaum voneinander (s. Tabelle 22). Es gibt lediglich wenige bedeutsamen Unterschiede: Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) messen den kognitiven Pretests eine höhere Bedeutung bei, als die wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) ($d = 0,9$).

Tabelle 22: Bedeutung von Datenerhebungsangeboten von GESIS für die eigene Arbeit nach Subgruppen

	Telefon- stichproben	ZIS	GESIS Panel	Kognitive Pretests	GESIS Survey Guidelines
nach Position					
Professor(inn)en und	3,9	3,6	3,5	4,3	3,4
Institutsleiter(innen)	(1,1)	(1,1)	(1,0)	(0,8)	(1,3)
Wissenschaftliche	4,1	3,4	3,5	3,6	3,6
Mitarbeiter(innen)	(1,2)	(1,1)	(1,3)	(1,2)	(0,9)
nach Fachrichtung					
Soziologie	4,2	3,5	3,5	3,6	3,5
	(1,1)	(1,0)	(1,2)	(1,2)	(1,0)
Politikwissenschaft	3,8	3,4	3,4	3,4	3,8
	(1,3)	(1,1)	(1,3)	(1,3)	(1,0)
Andere	3,4	3,0	3,8	4,3	3,7
Sozialwissenschaften	(1,5)	(1,3)	(1,0)	(0,8)	(1,0)
nach Institution					
Universität	4,1	3,5	3,4	3,7	3,6
	(1,1)	(1,1)	(1,2)	(1,1)	(1,0)
Außeruniversitäre	3,4	3,4	4,0	3,7	3,6
Forschungseinrichtung	(1,6)	(1,1)	(1,0)	(1,3)	(0,6)
nach Orientierung					
Vorwiegend quantitativ	4,1	3,4	3,5	3,8	3,6
	(1,2)	(1,1)	(1,2)	(1,2)	(1,1)
Vorwiegend qualitativ	3,9	3,2	2,6	4,0	3,7
	(1,2)	(0,7)	(0,9)	(1,0)	(0,5)
Sowohl als auch	3,8	3,6	3,8	3,3	3,6
	(1,1)	(1,1)	(1,2)	(1,3)	(0,9)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

Alle Angebote in der Sparte Datenerhebung bekamen über alle Befragten hinweg hohe Weiterempfehlungsmittelwerte von über 4,0 (Abbildung 16), wobei es bedeutsame Unterschiede zwischen der Weiterempfehlung der Ziehung von Telefonstichproben und ZIS gibt ($d = 0,4$) und zwischen den GESIS Survey Guidelines und dem ZIS ($d = 0,3$). Die niedrigere Weiterempfehlungsbereitschaft für ZIS könnte daran liegen, dass es erst seit 2015 für jeden zugänglich ist.

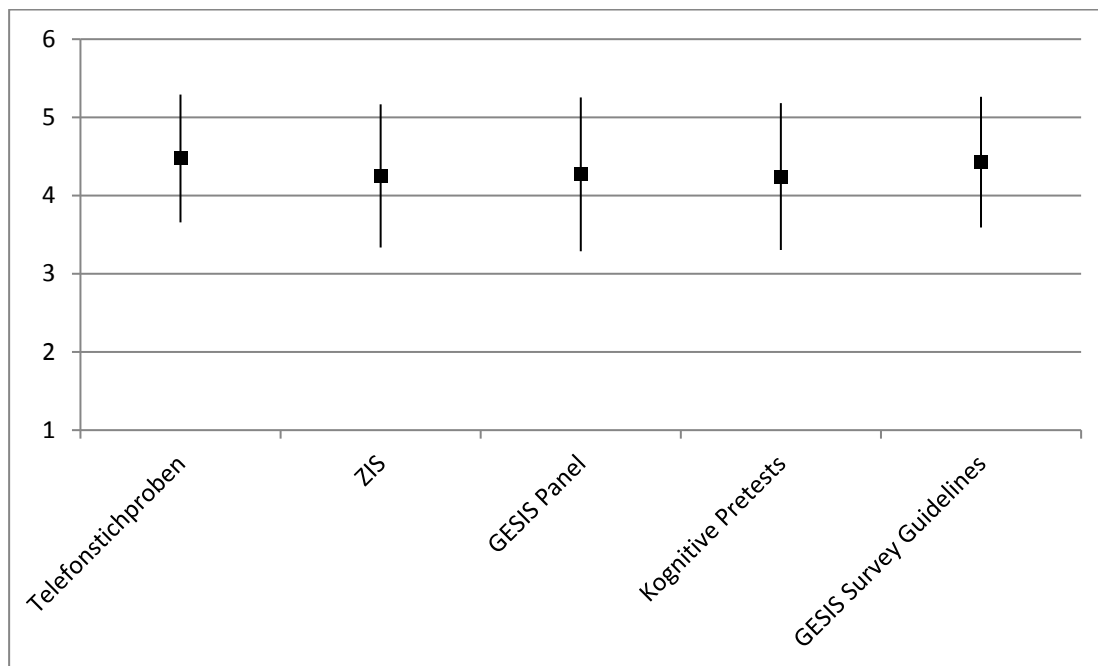


Abbildung 16: Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Datenerhebungsangeboten von GESIS

Wenn die Subgruppen genauer betrachtet werden, so gibt es auch hier nur wenige bedeutsame Unterschiede zwischen den Gruppen. Alle Angebote werden von allen Gruppen in hohem Maße weiterempfohlen. Überwiegend werden Werte von über 4,0 erzielt (s. Tabelle 23). Es gibt einen bedeutsamen Unterschied in der Weiterempfehlung für die Ziehung von Telefonstichproben zwischen Befragten aus Universitäten (4,6) und außeruniversitären Forschungseinrichtungen (4,0; $d = 0,7$). Die Weiterempfehlung der Ziehung von Telefonstichproben unterscheidet sich zudem bedeutsam von Befragten, die vorwiegend quantitativ arbeiten (4,7) und von denen, die vorwiegend qualitativ arbeiten (3,6). Die Weiterempfehlung des ZIS unterscheidet sich bedeutsam zwischen den Fachrichtungen. Befragte aus der Soziologie und aus den Politikwissenschaften würden ZIS eher weiterempfehlen (jeweils 4,3) als Befragte aus anderen Sozialwissenschaften (3,7).

Tabelle 23: Weiterempfehlung von Datenerhebungsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	Telefon- stichproben	ZIS	GESIS Panel	Kognitive Pretests	GESIS Survey Guidelines
nach Position					
Professor(inn)en und	4,4	4,4	4,2	4,6	4,2
Institutsleiter(innen)	(1,0)	(0,9)	(1,1)	(0,7)	(1,3)
Wissenschaftliche	4,5	4,2	4,3	4,2	4,5
Mitarbeiter(innen)	(0,8)	(0,9)	(0,9)	(1,0)	(0,7)
nach Fachrichtung					
Soziologie	4,5	4,3	4,1	4,3	4,4
	(0,7)	(0,9)	(1,1)	(0,9)	(0,9)
Politikwissenschaft	4,5	4,3	4,4	4,0	4,5
	(0,9)	(0,8)	(0,8)	(1,2)	(0,8)
Andere	4,0	3,7	4,8	4,3	4,5
Sozialwissenschaften	(1,2)	(1,1)	(0,5)	(1,0)	(0,5)
nach Institution					
Universität	4,6	4,3	4,2	4,25	4,7
	(0,7)	(0,9)	(1,0)	(1,0)	(0,9)
Außeruniversitäre	4,0	4,1	4,7	4,2	4,2
Forschungseinrichtung	(1,0)	(0,9)	(0,6)	(0,9)	(0,7)
nach Orientierung					
Vorwiegend quantitativ	4,7	4,3	4,2	4,3	4,4
	(0,7)	(0,9)	(1,1)	(0,8)	(0,9)
Vorwiegend qualitativ	3,6	3,6	4,0	4,3	4,3
	(1,1)	(0,9)	(1,0)	(1,2)	(1,1)
Sowohl als auch	4,1	4,2	4,6	3,9	4,6
	(0,9)	(0,9)	(0,5)	(1,4)	(0,6)

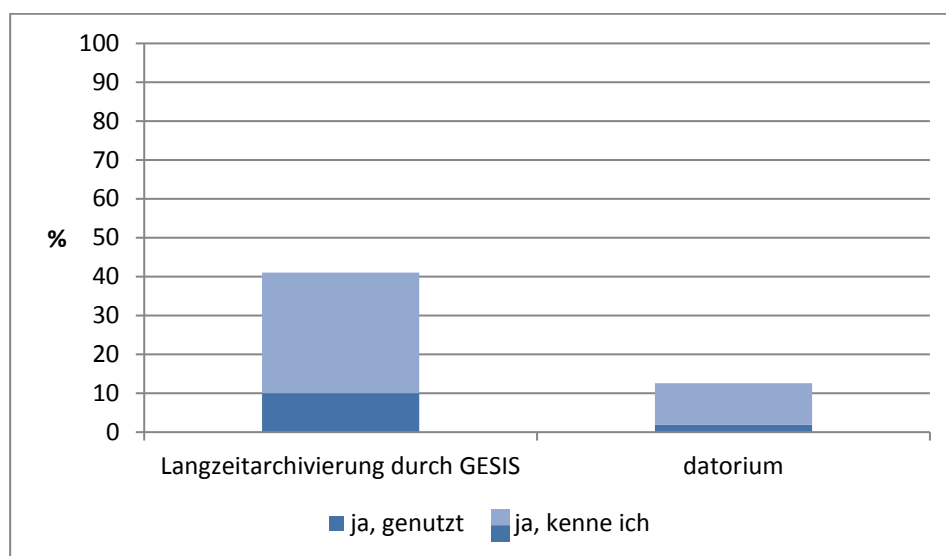
Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

8 Archivierungsangebote

Wissenschaftler, die zu Beginn der Befragung angaben, bereits selbst Daten erhoben zu haben, wurden ebenfalls zu den Archivierungsangeboten von GESIS befragt. Insgesamt sind dies 1009 Befragte. Durch diese Auswahl an Befragten und einer vergleichsweise geringen Nutzung, typischerweise nur nach Abschluss einer Datenerhebung, sind die Fallzahlen in dieser Sparte häufig recht klein und einige tiefere Analysen können nicht durchgeführt werden.

8.1 Bekanntheit und Nutzung

Von den 41,0 % der Befragten, die die Langzeitarchivierung kennen, haben 24,4 % dieses Angebot während der letzten fünf Jahre genutzt. Dies entsprechen 10,0 % der Befragten mit dieser Frage. Von den 12,6 % der Befragten, die datorium kennen, gaben 15,0 % an, es in den letzten fünf Jahren genutzt zu haben. Dies sind 1,9 % aller Befragten mit dieser Frage.



Anmerkung: Dargestellt sind Anteile der Bekanntheit und Nutzung der jeweiligen Angebote unter Befragten, die selbst bereits Daten erhoben haben.

Abbildung 17: Bekanntheit und Nutzung von Archivierungsangeboten von GESIS

Beide Angebote sind unter Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) besser bekannt, als unter wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n. 62,5 % bzw. 22,5 % der Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) kennen das Angebot der Langzeitarchivierung bzw. datorium bei GESIS, während 35,7 % bzw. 10,1 % der wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n diese beiden Angebote kennen. Die Langzeitarchivierung ist unter Soziolog(inn)en und Politikwissenschaftler(inne)n mit einem Anteil von 45,9 % bzw. 41,2 % bei jeweils knapp der Hälfte der Befragten bekannt. Unter den Forschenden in anderen Sozialwissenschaften kennen diesen Service nur 26,2 %. Der Bekanntheitsgrad von datorium fällt mit unter 20 % über alle Fachrichtungen gering aus. Die Bekanntheit der Langzeitarchivierung ist unter Forschenden, die vorwiegend quantitativ arbeiten mit 50,2 % am höchsten. Jedoch ist dieser Dienst mit 22,9 % auch unter vorwiegend qualitativ Forschenden bekannt. Von Forschenden, die angaben, sowohl quantitativ

als auch qualitativ zu forschen, kannten 37,6 % das Angebot der Langzeitarchivierung. Auch hier ist datorium über diese drei Gruppen hinweg recht wenig bekannt (s. Tabelle 24).

Tabelle 24: Bekanntheit von Archivierungsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	Langzeit- archivierung	datorium
nach Position		
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	62,5 %	22,5 %
	125	45
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	35,7 %	10,1 %
	289	82
nach Fachrichtung		
Soziologie	45,9 %	12,5 %
	257	70
Politikwissenschaft	41,2 %	17,2 %
	108	45
Andere Sozialwissenschaften	26,2 %	6,4 %
	49	12
nach Institution		
Universität	25,9 %	8,5 %
	313	103
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	21,0 %	5,0 %
	101	24
nach Orientierung		
Vorwiegend quantitativ	50,2 %	13,9 %
	267	74
Vorwiegend qualitativ	22,9 %	9,6 %
	50	21
Sowohl als auch	37,6 %	12,0 %
	97	31

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Die Prozentangaben beziehen sich auf Befragte, die selbst bereits Daten erhoben haben. Zum Beispiel kennen 125 Professor(inn)en die Langzeitarchivierung, das entsprechen 62,5 % unter den befragten Professor(inn)en, die selbst bereits Daten erhoben haben.

Die Nutzung der Langzeitarchivierung ist über die Subgruppen recht homogen bzw. teilweise aufgrund geringer Fallzahlen nicht statistisch signifikant. Bei Analyse der Zahlen nach der Forschungsorientierung zeigt sich der erwartungsgemäß höchste Nutzeranteil der Langzeitarchivierung mit 28,8 % unter den vorwiegend quantitativ Forschenden. Die Fallzahlen in den weiteren Kategorien sind recht klein, machen aber deutlich, dass die Langzeitarchivierung auch von qualitativ Forschenden vereinzelt genutzt wird (s. Tabelle 25).

Datorium wurde insgesamt von nur 19 Befragten in den letzten fünf Jahren genutzt, aufgrund dessen für dieses Angebot keine tieferen Analysen vorgenommen werden. Die geringe Bekanntheit und Nut-

zung ist damit zu begründen, dass dieses Angebot vergleichsweise neu ist und auch die Kultur der Zurverfügungstellung von Daten für die Nachnutzung für kleinere Erhebungen (für die Datorium ausgelegt ist) noch nicht etabliert ist.

Tabelle 25: Nutzung der Langzeitarchivierung bei GESIS nach Subgruppen

	Langzeit- archivierung
nach Position	
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	32,8 % 41
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	20,8 % 60
nach Fachrichtung	
Soziologie	24,1 % 62
Politikwissenschaft	25,9 % 28
Andere Sozialwissenschaften	22,5 % 11
nach Institution	
Universität	25,2 % 79
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	21,8 % 22
nach Orientierung	
Vorwiegend quantitativ	28,8 % 77
Vorwiegend qualitativ	14,0 % 7
Sowohl als auch	17,5 % 17

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Die Prozentangaben beziehen sich auf Befragte, die selbst bereits Daten erhoben haben und die Langzeitarchivierung kennen. Zum Beispiel nutzen 41 Professor(inn)en die Langzeitarchivierung, das entsprechen 32,8 % denen dieses Angebot in dieser Subgruppe bekannt ist.

8.2 Bedeutung und Weiterempfehlung

Das Angebot der Langzeitarchivierung bei GESIS ist für deren Nutzer ein sehr wichtiges Angebot und erzielt hierbei einen mittleren Wert von 4,2 auf der 5er-Skala. Dabei sagen 80 % der befragten Nutzer, dass dieses Angebot eher wichtig bzw. sehr wichtig für ihre Arbeit ist (Abbildung A3.7).

Die Weiterempfehlungsbereitschaft liegt mit im Mittel 4,5 ebenfalls sehr hoch. Dabei sagen 93 % der Befragten, dass sie dieses Angebot weiterempfehlen würden.

Hinsichtlich der Einschätzung der Bedeutung für die eigene Arbeit und der Bereitschaft zur Weiterempfehlung weisen die Subgruppen kaum Unterschiede auf (s. Tabelle 26).

Für die Bedeutung und Weiterempfehlung von datorium kann keine Aussage getroffen werden, da dieses Angebot von nur 19 Befragten genutzt wird. Diese Fallzahl ist zu gering für eine aussagekräftige Analyse.

Tabelle 26: Bedeutung der Langzeitarchivierung bei GESIS und deren Weiterempfehlung nach Subgruppen

	Bedeutung	Weiterempfehlung
nach Position		
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	4,3 (1,1)	4,6 (0,7)
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	4,2 (1,0)	4,5 (0,7)
nach Fachrichtung		
Soziologie	4,2 (0,9)	4,5 (0,7)
Politikwissenschaft	4,3 (1,0)	4,7 (0,5)
Andere Sozialwissenschaften	3,8 (1,5)	4,1 (1,1)
nach Institution		
Universität	4,3 (0,9)	4,6 (0,6)
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	4,0 (1,3)	4,4 (0,9)
nach Orientierung		
Vorwiegend quantitativ	4,3 (0,9)	4,6 (0,6)
Vorwiegend qualitativ	3,4 (1,5)	4,3 (1,0)
Sowohl als auch	4,2 (1,3)	4,5 (0,8)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die selbst bereits Daten erhoben haben und die die Langzeitarchivierung nutzen.

9 GESIS-Trainings und Beratung

9.1 Bekanntheit und Nutzung

In einer weiteren Sektion wurden die Wissenschaftler(innen) über die Bekanntheit des GESIS Trainings- und Beratungsangebote befragt. Am bekanntesten aus dem Trainingsangebot ist die GESIS Summer School in Survey Methodology (53,6 %), gefolgt von den GESIS Workshops (50,3 %), GESIS Methodenseminar (42,5 %) und letztendlich GESIS Spring Seminar (42,0 %). Anzumerken ist hier, dass über alle Befragten hinweg die Nutzungsraten bei Bekanntheit sehr niedrig ausfallen: GESIS Summer School, GESIS Methodenseminar und GESIS Spring Seminar hatten eine Nutzungsrate von unter 10,0 % (Abbildung 18). Das GESIS-Beratungsangebot ist 35,5 % aller Befragten bekannt, wovon 12,5 % dieses Angebot mindestens einmalig wahrgenommen haben.

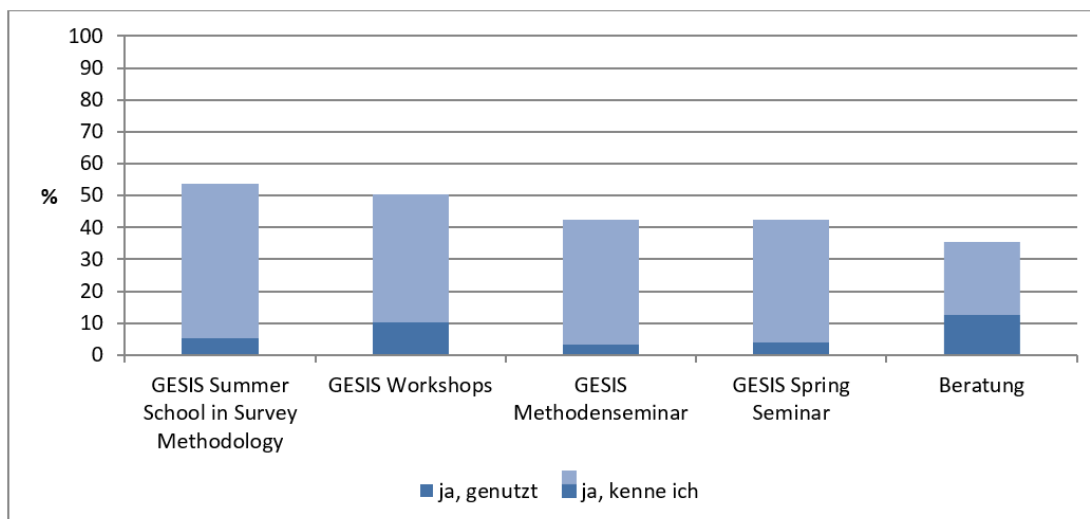


Abbildung 18: Bekanntheit und Nutzung von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS

Tabelle 27: Bekanntheit von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	Summer School in Survey Methodology	Workshops	Methoden- seminar	Spring Seminar	Beratung
nach Position					
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	56,8 % 180	56,8 % 180	48,0 % 152	52,4 % 166	49,8 % 158
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	52,9 % 727	48,8 % 670	41,3 % 567	39,6 % 544	32,2 % 442
nach Fachrichtung					
Soziologie	64,5 % 526	60,0 % 489	50,2 % 409	51,7 % 421	41,7 % 340
Politikwissenschaft	44,5 % 263	42,6 % 252	37,9 % 224	35,0 % 207	29,3 % 173
Andere Sozialwissenschaften	41,4 % 118	38,3 % 109	30,2 % 86	28,8 % 82	30,5 % 87
nach Institution					
Universität	54,3 % 657	51,7 % 625	44,4 % 537	43,6 % 528	36,5 % 441
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	52,0 % 250	46,8 % 225	37,8 % 182	37,8 % 182	33,1 % 159
nach Orientierung					
Vorwiegend quantitativ	74,6 % 547	69,9 % 512	58,1 % 426	63,9 % 468	48,0 % 352
Vorwiegend qualitativ	29,1 % 163	27,0 % 151	22,7 % 127	17,9 % 100	19,5 % 109
Sowohl als auch	49,4 % 196	46,9 % 186	41,6 % 165	35,8 % 142	34,8 % 138

Anmerkung: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Zum Beispiel kennen 158 Professor(inn)en das Beratungsangebot, das entsprechen 49,8 % aller befragten Professor(inn)en.

Unter den Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n sind die Trainingsangebote von GESIS ähnlich gut bekannt: GESIS Summer School in Survey Methodology (56,8 %), GESIS Workshops (56,8 %), GESIS Spring Seminar (52,4 %) und GESIS Methodenseminar (48,0 %, s. Tabelle 27). Unter den wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen)n ist die GESIS Summer School in Survey Methodology am bekanntesten (52,9 %), gefolgt von GESIS Workshops (48,8 %), GESIS Methodenseminar (41,3 %) und GESIS Spring Seminar (39,6 %). Damit ist die GESIS Summer School bei beiden Subgruppen am bekanntesten, jedoch wird dieses Angebot unterschiedlich stark genutzt. Erwartungsgemäß nehmen lediglich 2,8 % von den Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n an der GESIS Summer School in Survey Methodology teil, hingegen 11,6 % der wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) (s. Tabelle 28). Ebenso unterscheiden sich die beiden Gruppen in der Teilnahme an den GESIS Workshops (11,1% der Professor(inn)en versus 23,0 % der wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen)). Die GESIS Spring Seminare wurden hingegen besser von Professor(inn)en (15,7 %) besucht als von wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n (7,5 %). Die übrigen Angebote liegen bei der Teilnahme unter 9,0 %. Die niedrige Teilnahme bei manchen Angeboten in der Subgruppe der Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) ist nicht verwunderlich, da diese nicht unbedingt zur Zielgruppe gehören.

Im Vergleich zu wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n (32,2 %) kennen Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) eher das Beratungsangebot von GESIS (49,8 %). Ferner wurde das Beratungsangebot,

wenn bekannt, auch von mehr Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n (43,0 %) wahrgenommen als von wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n (32,6 %). Das ist nicht überraschend, da keine Qualifizierungsarbeiten (z.B. Doktorarbeiten) von GESIS beraten werden und demnach mehrheitlich etablierte Wissenschaftler(innen) eine Beratung für eigene Forschungsprojekte suchen.

Unter den Soziolog(inn)en sind alle Trainingsangebote bei über der Hälfte bekannt. Am bekanntesten ist die GESIS Summer School in Survey Methodology (64,5 %), hat jedoch vergleichsweise niedrige Teilnehmeraten (11,4 %). Bei den Politolog(inn)en (44,5 %) sowie bei Forschenden aus anderen Sozialwissenschaften (41,4 %) ist auch die GESIS Summer School in Survey Methodology am bekanntesten bei jeweils einer Teilnehmerate von 7,6 %. Eher unbekannt sind bei den Politolog(inn)en sowie Forschenden aus anderen Sozialwissenschaften die GESIS Spring Seminare (35,0 % bzw. 28,8 %) bei einer Teilnahme von 7,7 % bzw. 1,2 %. Somit nehmen am wenigsten Forschende aus anderen Sozialwissenschaften an den von GESIS angebotenen Trainings teil. Wie auch bei der Unterscheidung zwischen der Position der Befragten fällt auch hier auf, dass die Angebote generell sehr bekannt sind, aber diese werden relativ wenig genutzt.

Bei Befragten an Universitäten sind die GESIS Summer School (54,3 %) und GESIS Workshops (51,7 %) am bekanntesten bei einer Teilnahme von 9,7 % bzw. 20,2 %. Ein ähnliches Bild ergibt die Bekanntheit unter den Befragten aus außeruniversitären Forschungseinrichtungen (Summer School: 52 %; Workshops: 46,8 %) mit Teilnehmeraten von 10,0 % bzw. 21,3 %. Die Methodenseminare sowie Spring Seminare sind bei Befragten aus Universitäten etwas bekannter (44,4 % bzw. 43,6 %) als bei Befragten aus außeruniversitären Forschungseinrichtungen (jeweils 37,8 %). Die Teilnahme an Spring Seminaren fällt besonders bei den außeruniversitären Forschungseinrichtungen niedrig aus (5,0 %). Bei den Beratungsangeboten von GESIS gibt es keine großen Unterschiede hinsichtlich der Institution im Bekanntheitsgrad (Universitäten: 36,5 %, außeruniversitäre Forschungseinrichtung: 33,1 %) oder der Nutzung (Universitäten: 37 %, außeruniversitäre Forschungseinrichtung: 30,8 %).

Bei quantitativ Forschenden haben alle Angebote einen hohen Bekanntheitsgrad, wobei die GESIS Summer School in Survey Methodology (74,6 %) am bekanntesten ist. Jedoch ist auch hier die Teilnehmerate trotz hohem Bekanntheitsgrad vergleichsweise gering (13,2 %). Die Bekanntheit der GESIS Summer School ist im Vergleich zu Forschenden, die mit beiden Arten von Daten arbeiten (49,4 %) sowie qualitativ Forschenden (29,1 %) geringer. Hier fallen die Teilnehmeraten ebenfalls viel geringer aus (7,7 % bzw. 1,2 %). Im Großen und Ganzen sind mehrheitlich den quantitativ Forschenden diese Angebote bekannt, danach folgen die Forschenden, die mit beiden Arten von Daten arbeiten. Bei den qualitativ Forschenden sind die Trainings-Angebote eher unbekannt. Auffällig sind auch hier die eher niedrigen Teilnehmeraten. Auch das Beratungsangebot war bei Wissenschaftler(innen), die vorwiegend quantitativ forschen, am bekanntesten war (48,0 %), gefolgt von den Befragten, die mit beiden Arten von Daten arbeiten (34,8 %). Von den vorwiegend qualitativ Forschenden kennen 19,5 % das Beratungsangebot. Die Nutzungsrate ist bei Forschenden, die mit beiden Arten von Daten arbeiten, etwas höher (42,0 %) als bei den vorwiegend quantitativ Forschenden (37,8 %) und sehr viel höher als bei den vorwiegend qualitativ Forschenden (19,3 %).

Ein möglicher Grund für die niedrigen Teilnehmeraten an GESIS Trainings scheint der Zeitaufwand für Teilnehmende zu sein. Dieser ist nicht vergleichbar mit der Daten- oder Informationsrecherche bei anderen Produkten, die bis zu täglich vorgenommen werden können. Die Auslastungsrate macht dies deutlich: Die Weiterbildungs- und Trainingsangebote waren im Mittel der letzten drei Jahre zu 79,0 % bis 89,0 % ausgebucht, wobei mitunter auch weniger nachgefragte Kurse angeboten werden, um auch Nischenthemen zu besetzen. Es wird ganz deutlich, dass das Beratungs- und Unterstützungsangebot überwiegend von Professor(inn)en sowie wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) genutzt wird, gefolgt von Befragten aus der Soziologie und Wissenschaftler(innen), die quantitativ sowie mit beiden Arten von Daten arbeiten. Das liegt vermutlich daran, dass ein Großteil der GESIS-Expertise mit quantitativer

Forschung zu tun hat. Viele Trainingsangebote werden mehr von wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) wahrgenommen.

Tabelle 28: Nutzung bei Bekanntheit von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	Summer School in Survey Methodology	Workshops	Methoden- seminar	Spring Seminar	Beratung
nach Position					
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	2,8 % 5	11,1 % 20	6,6 % 10	15,7 % 26	43,0 % 68
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	11,6 % 84	23,0 % 154	8,1 % 46	7,5 % 41	32,6 % 144
nach Fachrichtung					
Soziologie	11,4 % 60	23,0 % 112	8,3 % 34	11,9 % 50	37,1 % 126
Politikwissenschaft	7,6 % 20	17,9 % 45	8,0 % 18	7,7 % 16	35,3 % 61
Andere Sozialwissenschaften	7,6 % 9	15,6 % 17	4,7 % 4	1,2 % 1	28,7 % 25
nach Institution					
Universität	9,7 % 64	20,2 % 126	7,6 % 41	11,0 % 58	37,0 % 163
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	10,0 % 25	21,3 % 48	8,2 % 15	5,0 % 9	30,8 % 49
nach Orientierung					
Vorwiegend quantitativ	13,2 % 72	25,4 % 130	7,5 % 32	11,8 % 55	37,8 % 133
Vorwiegend qualitativ	1,2 % 2	10,6 % 16	2,4 % 3	2,0 % 2	19,3 % 21
Sowohl als auch	7,7 % 15	15,1 % 28	12,7 % 21	7,0 % 10	42,0 % 58

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Die Prozentangaben beziehen sich auf die Personengruppe, denen das jeweilige Angebot bekannt ist. Zum Beispiel nutzen 68 Professor(inn)en das Beratungsangebot, das entsprechen 43,0 % denen dieses Angebot in dieser Subgruppe bekannt ist.

9.2 Weiterempfehlung

Im Allgemeinen werden sowohl das Beratungsangebot als auch die Trainings im hohen Maße weiterempfohlen mit Mittelwerten über 4 (s. Abbildung 19).

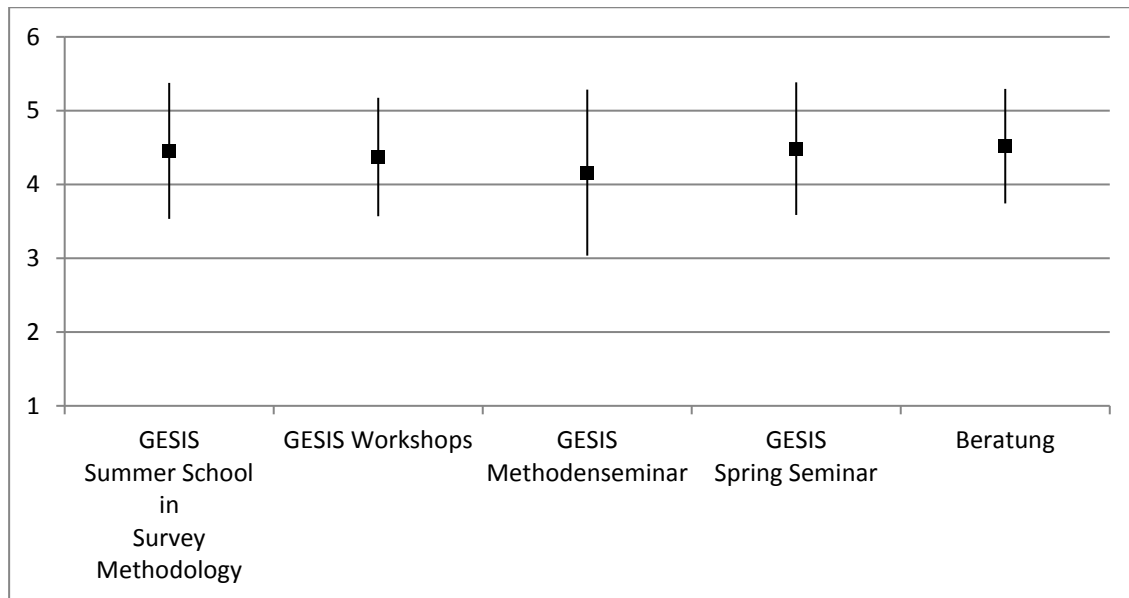


Abbildung 19: Mittelwert und Standardabweichung der Weiterempfehlung von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS

Die Subgruppen unterscheiden sich hinsichtlich der Weiterempfehlung nicht bedeutsam voneinander (s. Tabelle 29). Alle Angebote in diesem Bereich haben eine hohe Weiterempfehlungsbereitschaft erhalten.

Tabelle 29: Weiterempfehlung von Trainings- und Beratungsangeboten von GESIS nach Subgruppen

	Summer School in Survey Methodology	Workshops	Methoden- seminar	Spring Seminar	Beratung
nach Position					
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	4,4 (0,9)	4,3 (0,8)	3,9 (1,2)	4,7 (0,7)	4,5 (0,8)
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	4,5 (0,9)	4,4 (0,8)	4,2 (1,1)	4,4 (1,0)	4,5 (0,8)
nach Fachrichtung					
Soziologie	4,6 (0,8)	4,3 (0,8)	4,2 (0,9)	4,5 (0,9)	4,5 (0,8)
Politikwissenschaft	4,1 (1,3)	4,5 (0,7)	4,1 (1,4)	4,3 (1,0)	4,6 (0,8)
Andere Sozialwissenschaften	4,6 (0,7)	4,4 (0,9)	4,0 (2,0)	5,0 (0,0)	4,4 (0,8)
nach Institution					
Universität	4,4 (1,0)	4,4 (0,8)	4,1 (1,1)	4,6 (0,9)	4,5 (0,8)
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	4,5 (0,8)	4,3 (0,8)	4,4 (1,1)	4,0 (0,7)	4,6 (0,7)
nach Orientierung					
Vorwiegend quantitativ	4,5 (0,9)	4,4 (0,8)	4,3 (0,9)	4,6 (0,8)	4,6 (0,7)
Vorwiegend qualitativ	3,0 (0,0)	4,1 (0,8)	3,0 (1,0)	4,0 (1,4)	4,5 (0,7)
Sowohl als auch	4,4 (1,0)	4,6 (0,7)	4,0 (1,4)	4,2 (1,3)	4,4 (1,0)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

10 Zeitschriften

10.1 Bekanntheit und Nutzung

Im Folgenden werden die Bekanntheitsgrade von den von GESIS verlegten Zeitschriften beschrieben. Allen Befragten ist am bekanntesten die Zeitschrift Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI, 31,0 %), gefolgt von methods, data, analyses (mda, 26,9 %) und Historical Social Research (HSR, 24,4 %). Folglich sind etwas über einem Viertel aller Befragten die von GESIS verlegten Zeitschriften bekannt. Am häufigsten wird die Zeitschrift mda gelesen (81,0 %), gefolgt von ISI (65,0 %) und HSR (61,8 %) gelesen.

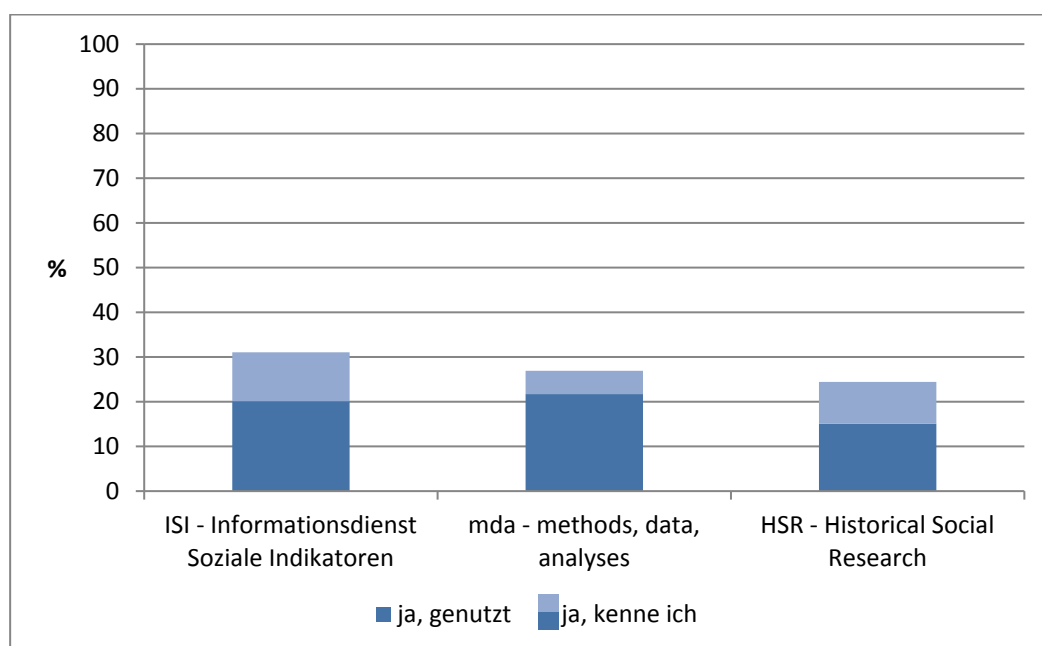


Abbildung 20: Bekanntheit und Nutzung von GESIS Zeitschriften

Tabelle 30: Bekanntheit von GESIS Zeitschriften nach Subgruppen

	ISI	mda	HSR
nach Position			
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	53,0 % 168	35,0 % 111	38,2 % 121
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	26,0 % 357	25,4 % 344	21,3 % 292
nach Fachrichtung			
Soziologie	44,2 % 360	38,2 % 311	29,3 % 239
Politikwissenschaft	20,0 % 118	17,3 % 102	23,7 % 140
Andere Sozialwissenschaften	16,5 % 47	14,6 % 42	11,9 % 34
nach Institution			
Universität	33,6 % 407	29,3 % 335	28,5 % 345
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	24,6 % 118	20,8 % 100	14,1 % 68
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	41,1 % 301	46,4 % 340	20,7 % 152
Vorwiegend qualitativ	18,0 % 101	8,9 % 50	27,0 % 151
Sowohl als auch	31,0 % 123	16,4 % 65	27,5 % 109

Anmerkung: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Zum Beispiel kennen 168 Professor(inn)en den DBK, das entsprechen 53 % aller befragten Professor(inn)en.

In Tabelle 30 sind die Bekanntheitsgrade pro Subgruppe aufgelistet. Unter den Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) ist ISI am bekanntesten (53,0 %), gefolgt von HSR (38,2 %) und dann mda (35,0 %) und werden bei Bekanntheit viel gelesen (ISI: 64,9 %, mda: 82,0 %, HSR: 57,9 %). Unter den wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) ist auch ISI am bekanntesten (26,0 %), gefolgt von mda (25,4 %) und dann HSR (21,3 %). Diese werden in dieser Subgruppe in ähnlichem hohen Maße gelesen, wie in der Gruppe der Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) (ISI: 64,7 %, mda: 80,2 %, HSR: 63,4 %; s. Tabelle 31). Unter den Soziolog(inn)en ist ISI am bekanntesten (44,2 %), gefolgt von mda (38,2 %) und schließlich HSR mit 29,3 %. Unter den Politikolog(inn)en ist HSR am bekanntesten (23,7 %), gefolgt von ISI (20,0 %) und mda (17,3 %). Unter den anderen Sozialwissenschaftler(innen) ist ISI am bekanntesten (16,5 %), dann mda (14,76 %) und HSR (11,9 %). Die Zeitschriften sind relativ unbekannt in den anderen Sozialwissenschaften. Die Zeitschrift mda wird in allen Fachrichtungen am häufigsten gelesen (Soziologie: 85,2 %, Politikwissenschaften: 70,6 %, andere Sozialwissenschaften: 71,4 %). Die Zeitschrift ISI und HSR werden verhältnismäßig zu ähnlichen Anteilen gelesen, wenn die Zeitschrift bekannt ist (ISI: Soziologie: 66,4 %, Politikwissenschaften: 59,3 %, andere Sozialwissenschaften: 66,0 %; HSR: Soziologie: 63,2 %, Politikwissenschaften: 61,4 %, andere Sozialwissenschaften: 52,9 %). Generell sind alle Zeitschriften bekannter bei Wissenschaftler(inne)n, die an einer Universität arbeiten (ISI: 33,6 %, mda: 29,3 %, HSR: 28,5 %) als bei Wissenschaftler(inne)n, die an einer außeruniversitären Institution (ISI: 24,6 %, mda: 20,8 %, HSR: 14,1 %) arbeiten. Die Zeitschrift mda wird sowohl von Befragten in Universitäten (81,0 %) als auch an außeruniversitären Institutionen (81,8 %) am meisten

und ähnlich viel gelesen, danach folgt ISI (Universität: 65,6 %, außeruniversitäre Institution: 63,6 %) und HSR (Universität: 64,2 %, außeruniversitäre Institution: 50,0 %).

Die Zeitschrift mda (46,4 %) und ISI (41,1 %) sind am bekanntesten unter den vorwiegend quantitativ Arbeitenden. Sie werden auch überwiegend von Wissenschaftler(innen) gelesen, die quantitativ arbeiten (ISI: 71,1 %, mda: 86,2 %). Diese Zeitschriften haben einen mehrheitlich quantitativen Fokus und sind deshalb für diese Subgruppe interessant. Für die vorwiegend qualitativ Arbeitenden ist HSR am bekanntesten (27,0 %) und wird von ihnen häufig gelesen (66,2 %). Für die, die mit beiden Arten von Daten arbeiten ist die Zeitschrift ISI am bekanntesten (31,0 %). Die Zeitschrift ISI ist in allen Subgruppen bis auf Befragte in den Politikwissenschaften und den vorwiegend qualitativ Forschenden am bekanntesten. Die Zeitschrift mda wird über alle Subgruppen hinweg – bis auf die vorwiegend qualitativ Forschenden – am meisten gelesen.

Tabelle 31: Nutzung bei Bekanntheit von GESIS Zeitschriften nach Subgruppen

	ISI	mda	HSR
nach Position			
Professor(inn)en und	64,9 %	82,0 %	57,9 %
Institutsleiter(innen)	109	91	70
Wissenschaftliche	64,7 %	80,2 %	63,4 %
Mitarbeiter(innen)	231	276	185
nach Fachrichtung			
Soziologie	66,4 %	85,2 %	63,2 %
	239	265	151
Politikwissenschaft	59,3 %	70,6 %	61,4 %
	70	72	86
Andere	66,0 %	71,4 %	52,9 %
Sozialwissenschaften	31	30	18
nach Institution			
Universität	65,6 %	81 %	64,2 %
	265	286	221
Außeruniversitäre	63,6 %	81,8 %	50 %
Forschungseinrichtung	75	81	34
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	71,1 %	86,2 %	53,3 %
	214	293	81
Vorwiegend qualitativ	47,5 %	50,0 %	66,2 %
	48	25	100
Sowohl als auch	63,4 %	75,4 %	67,0 %
	78	49	73

Anmerkungen: Dargestellt sind Anteile und Fallzahlen in den jeweiligen Gruppen. Die Prozentangaben beziehen sich auf die Personengruppe, denen die jeweilige Zeitschrift bekannt ist. Zum Beispiel lesen 109 Professor(inn)en die Zeitschrift ISI, das entsprechen 64,9 % denen dieses Angebot in dieser Subgruppe bekannt ist.

10.2 Qualität

Bei den Zeitschriften wurde die Einschätzung der Qualität der Beiträge mittels einer Ratingskala von 1 („sehr geringe Qualität“) bis 5 („sehr hohe Qualität“) erfasst. Die eingeschätzte Qualität über alle Befragten hinweg unterscheidet sich nicht bedeutsam voneinander (s. Abbildung 21). ISI hat eine Qualitätsbewertung von 3,7 (0,8), mda von 3,9 (0,8) und HSR von 3,8 (0,8).

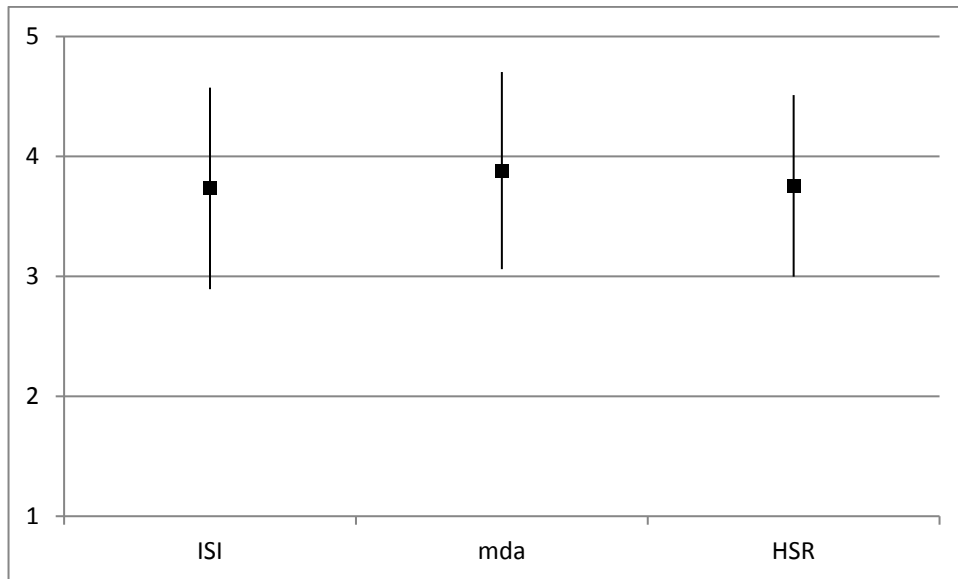


Abbildung 21: Mittelwert und Standardabweichung der Qualität von GESIS Zeitschriften

Auch unterscheiden sich die Subgruppen nicht bedeutsam voneinander (s. Tabelle 32). Was man allerdings festhalten kann, ist, dass die Qualität relativ hoch eingeschätzt wird – die meisten Mittelwerte nähern sich der 4 an und liegen damit weit über dem Mittelwert der Skala von 2,5.

Tabelle 32: Qualität von GESIS Zeitschriften nach Subgruppen

	ISI	mda	HSR
nach Position			
Professor(inn)en und	3,6	3,7	3,8
Institutsleiter(innen)	(0,9)	(0,9)	(0,9)
Wissenschaftliche	3,8	3,9	3,8
Mitarbeiter(innen)	(0,8)	(0,8)	(0,7)
nach Fachrichtung			
Soziologie	3,8	3,9	3,7
	(0,8)	(0,8)	(0,8)
Politikwissenschaft	3,7	3,9	3,8
	(0,9)	(0,9)	(0,7)
Andere	3,8	3,6	3,8
Sozialwissenschaften	(0,8)	(0,9)	(0,6)
nach Institution			
Universität	3,7	3,9	3,8
	(0,9)	(0,8)	(0,8)
Außeruniversitäre	3,8	3,9	3,8
Forschungseinrichtung	(0,8)	(0,7)	(0,8)
nach Orientierung			
Vorwiegend quantitativ	3,7	3,9	3,5
	(0,9)	(0,8)	(0,9)
Vorwiegend qualitativ	3,6	3,6	3,8
	(0,8)	(0,8)	(0,6)
Sowohl als auch	3,8	4,0	3,9
	(0,8)	(0,8)	(0,8)

Anmerkungen: Dargestellt sind Mittelwerte und Standardabweichungen auf einer Skala von 1 bis 5 in den jeweiligen Gruppen. Die Werte beziehen sich auf Befragte, die das jeweilige Angebot nutzen.

11 Die Ergebnisse im Vergleich zur Vorgängerbefragung 2009

Im Vergleich zur letzten Befragung von 2009⁸ sind die Nutzungen der Angebotskategorien, die vergleichbar sind, generell gestiegen. Anzumerken ist allerdings, dass die Stichprobe in 2009 deutlich kleiner war. Die Nutzung von Literatur- und Forschungsdatenbanken (in 2016 sowiport) aus dem Jahr 2009 ist von 55,0 % (Professor(inn)en) bzw. 69,0 % (wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)) in der Soziologie auf 64,9 % bzw. 72,1 % gestiegen. In den Politikwissenschaften ist die Nutzung von 37,0 % (Professor(inn)en) bzw. 52,0 % (wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)) auf 49,4 % bzw. 61,5 % gestiegen. Die Nutzung für Beratungen von 2009, die zwischen 17,0 % (wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)) und 23,0 % (Professor(inn)en) in der Soziologie lag, ist auf 33,5 % bzw. 47,7 % in 2016 gestiegen. In den Politikwissenschaften, wo die Nutzung des Beratungsangebotes zwischen 15,0 % (wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)) und 11,0 % (Professor(inn)en) lag, ist auf 31,6 % bzw. 42,9 % in 2016 gestiegen. Die Kategorie Fortbildungsangebote von 2009 ist schwierig zu vergleichen, da in 2016 diese Sparte in vier Angebote unterteilt wurde und die Nutzungs- bzw. Teilnahmerate in den verschiedenen Trainingsangeboten schwankt zwischen den verschiedenen Subgruppen und Angeboten. Da jedoch mit dem Fortbildungsangebot in 2009 mehrheitlich Workshops gemeint waren, ist ersichtlich, dass die Nutzung von Workshops in der Soziologie für Professor(inn)en etwa gleichgeblieben ist und für wissenschaftliche Mitarbeiter(innen) gestiegen ist (2009: Professor(inn)en= 15,0 % bzw. wissenschaftliche Mitarbeiter(innen) = 19,0 % versus 2016 = 14,2 % bzw. 25,3 %). In den Politikwissenschaften verhält sich das ähnlich: für Professor(inn)en ist es leicht erhöht und für die wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) ist es gestiegen (2009: Professor(inn)en= 8,0 % bzw. wissenschaftliche Mitarbeiter(innen) = 16,0 % versus 2016 = 8,5% bzw. 20,7 %). In 2009 hatten die GESIS Publikationen, die allerdings andere Zeitschriften abdeckten (ZUMA und ZA), sowohl bei den Professor(inn)en in der Soziologie (68,0 %) und in den Politikwissenschaften (41,0 %) als auch bei den wissenschaftlichen Mitarbeiter(inne)n (67,0 % bzw. 49,0 %) eine hohe Nutzungsrate. In 2016 schwankte die Nutzung in Abhängigkeit von der jeweiligen Zeitschrift und der Subgruppe zwischen 59,4 % bzw. 65,1 % (HSR), 67,0 % bzw. 66,9 % (ISI) und 87,7 % bzw. 85,5 % (mda) in der Soziologie sowie zwischen 52,3 % bzw. 65,6 % (HSR), 58,2 % bzw. 60,3 % (ISI) und 68,8 % bzw. 71,4 % (mda) in den Politikwissenschaften.

8 Vgl. GESIS-Arbeitsbericht Nr. 8

12 Weiterführende Analysen

12.1 Vielnutzer(innen) vs. Wenignutzer(innen)

Unter den GESIS-Nutzer(inne)n kann nach der Anzahl der genutzten Angebote unterschieden werden, also ob GESIS-Angebote vereinzelt genutzt werden (Wenignutzer(innen)) oder ob mehrere Angebote genutzt werden (Vielnutzer(innen)). 34,8 % der Nutzer(innen) nutzten nur ein bis zwei Angebote von GESIS, 11,5 % der Nutzer(innen) hingegen mehr als zehn Angebote während der letzten fünf Jahre.

Diese beiden Nutzer(innen)gruppen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Position. Unter den Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) sind 17,1 % Vielnutzer(innen) und unter den wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) nur 10,1 %. Hingegen nutzen 36,2 % der wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) GESIS-Angebote nur vereinzelt. Hier ist der Anteil unter den Professor(inn)en und Institutsleiter(inne)n mit 39,1 % nur geringfügig höher. Die Wenignutzer(innen) sind überwiegend Forschende anderer Sozialwissenschaften. Von ihnen nutzen 61,0 % nur ein bis zwei GESIS-Angebote. Unter den Soziolog(inn)en nutzen 13,6 % mehr als zehn Angebote und unter den Politikwissenschaftler(inne)n 11,2 %. Viele Wenignutzer(innen) gibt es hingegen unter den außeruniversitär Forschenden (49,9 %) und erwartungsgemäß unter den vorwiegend qualitativ Forschenden (53,5 %). Von den vorwiegend quantitativ Forschenden nutzen 20,1 % der Befragten mehr als zehn Angebote.

Es wird deutlich, dass ein wichtiger Teil der Zielgruppe (quantitativ forschende Sozialwissenschaftler(innen) und Politikwissenschaftler(innen)) bereits sehr gut unter den Vielnutzer(inne)n vertreten ist. Forschende an außeruniversitären Forschungseinrichtungen können vermehrt angesprochen werden, um sie auf weitere Angebote hinzuweisen.

12.2 Nicht-Nutzer(innen)

Für diesen Analysezweck wurde die Gruppe der Nicht-Nutzer(innen) bestimmt. Nicht-Nutzer(innen) sind diejenigen, die gar keine Angebote in der jeweiligen Angebotssparte benutzen. Es soll damit näher beschrieben werden, welche der vier Subgruppen sich in der Nicht-Nutzer(innen)-Gruppe in den einzelnen Angebotsparten befinden. Daraus können Schlüsse gezogen werden, in welchen Subgruppen ein stärkeres Marketing notwendig ist, um die Nutzung der Angebote zu verstärken. Am stärksten sind über alle GESIS-Angebote hinweg unter den Nicht-Nutzer(inne)n Professor(inn)en, Forschende aus den Politikwissenschaften und anderen Sozialwissenschaften, Befragte an außeruniversitären Forschungseinrichtungen sowie qualitativ ausgerichtete Forscher(innen) vertreten. Einen detaillierten Überblick über alle Subgruppen und Angebotsparten sind aus der Tabelle 33 zu entnehmen.

Tabelle 33: Nicht-Nutzer(innen) je Angebotssparte und Subgruppen

<div>Angebotssparte</div> <div>Subgruppen</div>	Online Informations-angebote	Daten-recherche	Umfrage-programme	Anzahl insgesamt
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	94 29,7 %	55 17,4 %	99 31,2 %	317
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	282 20,5 %	168 12,2 %	587 42,7 %	1374
Soziologie	151 18,5 %	134 16,4 %	326 40,0 %	815
Politikwissenschaften	164 27,7 %	63 10,7 %	190 32,1 %	591
Andere Sozialwissenschaften	61 21,4 %	26 9,1 %	170 59,6 %	285
Universität	266 22,0 %	170 14,0 %	407 33,6 %	1210
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	110 22,9 %	53 11,0 %	279 58,0 %	481
Quantitativ	164 22,4 %	86 11,7 %	241 32,9 %	733
Qualitativ	108 19,3 %	78 13,9 %	308 55,0 %	560
Sowohl als auch	103 25,9 %	58 14,6 %	136 34,3 %	397

Anmerkung. Die jeweiligen Prozentangaben ergeben sich in Bezug auf die jeweilige Gesamtstichprobe in den Subgruppen (vgl. Tabelle 6). Zum Beispiel nutzen 94 Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) bzw. 29,7 % von den 317 insgesamt befragten Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) keine Online Informationsangebote.

Tabelle 33: Nicht-Nutzer(innen) je Angebotssparte und Subgruppen (Forts.)

Subgruppen \ Angebotssparte	Daten- erhebung	Archivierung von Daten	Training & Beratung	Zeit- schriften	Anzahl insgesamt
Professor(inn)en und Institutsleiter(innen)	102 32,2 %	84 26,5 %	149 47,0 %	50 15,8 %	317
Wissenschaftliche Mitarbeiter(innen)	382 27,8 %	242 17,6 %	568 41,3 %	145 10,6 %	1374
Soziologie	243 29,8 %	200 24,5 %	372 45,6 %	106 13,0 %	815
Politikwissenschaften	167 28,3 %	88 14,9 %	240 40,6 %	66 11,2 %	591
Andere Sozialwissenschaften	74 26,0 %	38 13,3 %	105 36,8 %	23 8,1 %	285
Universität	357 29,5 %	245 20,2 %	522 43,1 %	144 11,9 %	1210
Außeruniversitäre Forschungseinrichtung	127 26,4 %	81 16,8 %	195 40,5 %	51 10,6 %	481
Quantitativ	235 32,1 %	194 26,5 %	345 47,1 %	66 9,0 %	733
Qualitativ	141 25,2 %	47 8,4 %	207 37,0 %	81 14,5 %	560
Sowohl als auch	108 27,2 %	84 21,2 %	164 41,3 %	48 12,1 %	397

Anmerkung. Die jeweiligen Prozentangaben ergeben sich in Bezug auf die jeweilige Gesamtstichprobe in den Subgruppen (vgl. Tabelle 6). Zum Beispiel nutzen 94 Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) bzw. 29,7 % von den 317 insgesamt befragten Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) keine Online Informationsangebote.

Allgemein sind die meisten Subgruppen innerhalb der Nicht-Nutzer(innen)-Gruppen relativ komplementär zu den Gruppen, die auch GESIS Angebote nutzen. In den Angebotssparten Umfrageprogramme, Datenerhebung und Trainings- und Beratungsangebote sind die Gruppe der Nicht-Nutzer(innen) über alle Subgruppen hinweg generell relativ hoch (mind. 1/4 sind unter den Nicht-Nutzer(inne)n). Da relativ viele Nicht-Nutzer(innen) u.a. unter den Forschenden aus anderen Sozialwissenschaften sind, bestünde die Möglichkeit, die anderen Sozialwissenschaften, die aus diversen anderen Disziplinen bestehen (z.B. Psychologie, Wirtschaftswissenschaften) anzusprechen und damit weitere Nutzer(innen)-Gruppen zu erschließen. Dass in einigen Angebotssparten der Anteil an Nicht-Nutzer(inne)n in der Subgruppe Professor(inn)en und Institutsleiter(innen) relativ hoch ist (etwa 1/3) könnte auch damit begründet sein, dass vermutlich hier eine indirekte Nutzung vorliegt. Eventuell finden die unterstellten wissenschaftlichen Mitarbeiter(innen) eher den Weg zur Nutzung der GESIS-Angebote und -Dienstleistungen. Forschende aus der Soziologie und den Politikwissenschaften werden von den diversen Angeboten der GESIS stark angesprochen. In dem vorherigen Bericht von 2009 gab es den Kritikpunkt, dass die Forscher(innen), die vorwiegend qualitativ arbeiten, sich nicht in den GESIS Angeboten und Dienstleistungen wiederfinden. Das hat sich noch nicht verbessert. Somit ist ein Großteil der Angebote und Dienstleistungen von GESIS auf quantitative Forscher(innen) zugeschnitten. Hier wäre zu überlegen, inwieweit die Angebote gegenüber qualitativ Forschenden noch mehr geöffnet werden könnten. Die GESIS Trainings sowie die Beratung decken allerdings bereits einige qualitative Angebote ab.

12.3 Nennung der GESIS-Angebote im Vergleich zu anderen Angeboten

Neben der Bewertung nach Bekanntheit, Nutzung, Bedeutung und Weiterempfehlung wurden zu Beginn jedes Fragenblocks zunächst in offener Abfrage erhoben, welches die wichtigsten Angebote sind, die in Hinblick auf die betreffende Angebotskategorie verwendet werden. Diese Fragen geben Aufschluss, wie GESIS in Konkurrenz zu anderen Angeboten steht. So können Konkurrenzangebote entweder häufiger oder weniger häufig als die GESIS-Angebote genannt werden und damit den Befragten entweder Konkurrenzangebote stärker im Gedächtnis sein oder GESIS-Angebote stärker im Gedächtnis sein. Diese Auswertung kann in weiteren Analysen ebenfalls Informationen liefern, welchen Bedarf die Nutzer haben, indem die genannten Konkurrenzangebote genauer analysiert werden.

Einschränkend muss jedoch gesagt werden, dass die Befragten durchaus wussten, dass sie an einer Befragung von GESIS teilnahmen, da zuvor ein persönliches Anschreiben des GESIS-Präsidenten verschickt wurde, das GESIS-Logo im Online-Fragebogen zu sehen war, der Auftraggeber genannt wurde und zudem vorherige Fragen (wie die Bekanntheit von GESIS) auf das Ziel der Befragung hindeuteten. Die Befragten können somit bereits stärker an GESIS-Angebote denken und sich eventuell auch verpflichtet fühlen, diese zu nennen, als sie dies normalerweise machen würden. Daher ist die folgende Analyse unter dieser Einschränkung zu interpretieren.

Die Online-Informationsangebote haben starke Konkurrenz von großen Rechercheportalen. So wurden in der offenen Abfrage häufig Google Scholar, die Bibliothek und Web of Science als häufig genutzte Dienste genannt. Die Angebote von GESIS wurden vereinzelt aber nicht am häufigsten genannt.

In der offenen Abfrage zu Datenrecherchertools und die Umfrageprogramme wurden die GESIS-Angebote sehr häufig genannt. In den Nennungen gibt es jedoch eine große Vermischung beider Bereiche. Dies ist ein weiterer Hinweis, dass Nutzer keine klare Trennung zwischen Recherchetool (der Infrastruktur) und Umfrageprogrammen bzw. zu recherchierenden Daten (dem Suchergebnis) vornehmen. Als weitere Datenrecherche-Angebote wurden das Statistische Bundesamt, Eurostat und die Weltbank häufig genannt. Neben den GESIS-Umfrageprogrammen waren ebenfalls der European Social Survey (ESS) und das Sozioökonomische Panel (SOEP) unter den Nennungen.

Beim Bereich Datenerhebung werden die GESIS-Angebote in der offenen Frage nur vereinzelt genannt, die wichtigsten Informationsquellen sind hier die Beratung durch Kollegen, Erfahrungen aus eigenen Studien und Softwareangebote wie Unipark.

In Bezug auf die Datenarchivierung wird sehr häufig GESIS als Anbieter genannt. Ebenso häufig geben die Befragten an, dass es in ihrem Institut eine interne Lösung gibt. Auch das eigene Forschungsdatenzentrum (FDZ) für die Archivierung und Nachnutzung der Daten wird häufig genannt.

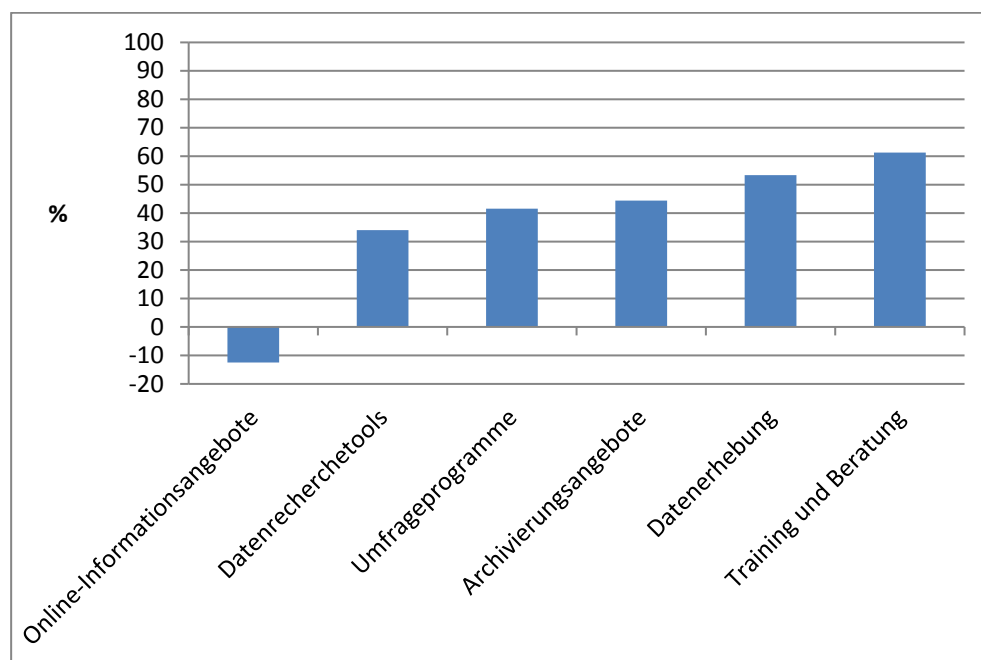
Für den Bereich der Trainings und Beratung wird bei der Analyse der offenen Abfrage die Konkurrenz zu Angeboten an Universitäten, internen Fortbildungen und der Essex Summer School deutlich.

12.4 Net Promoter Score

Basierend auf der Einschätzung zur Weiterempfehlung eines Angebots lässt sich der Net Promoter Score (NPS) ermitteln. Dazu wird der Anteil der Personen, die ein Angebot nicht empfehlen (Detraktoren) von dem Anteil der Personen, die ein Angebot empfehlen (Promotoren), abgezogen. Der Score schwankt zwischen -100 % und +100 % und gibt die Wahrscheinlichkeit an, dass ein Angebot empfohlen wird.

Fasst man den NPS nach Angebotsparten zusammen, ergibt sich, mit Ausnahme der Online-Informationsangebote, ein fast einheitliches Bild positiver NPS über alle Bereiche (s. Abbildung 22). Eine Ausnahme bilden hier die Online-Informationsangebote. Bringt man diese Werte mit den häufig

genannten Angeboten der offenen Abfrage (s. Abschnitt 12.3) in Verbindung, wird deutlich, dass die Online-Informationsangebote, mit negativem NPSs, starke Konkurrenz von großen Rechercheportalen, wie Google Scholar und Web of Science haben. Aber auch der Bereich der Trainings und Beratung, der mit 61,2 % den höchsten und damit exzellenten NPS⁹ erzielt, sieht sich bei der offenen Abfrage in Konkurrenz zu Angeboten an Universitäten, internen Fortbildungen und der Essex Summer School. Beim Bereich Datenerhebung mit dem zweithöchsten NPS von 53,4 % werden die GESIS-Angebote in der offenen Frage nur vereinzelt genannt. Die hohe Weiterempfehlungsrate spiegelt daher hier umso mehr eine hohe Qualität wider. Die Archivierungsangebote bei GESIS werden zu 44,4 % weiterempfohlen. Hier wurde GESIS zwar häufig als Anbieter genannt, viele Befragten konnten jedoch auch auf eigene FDZs oder andere interne Lösungen im eigenen Haus verweisen. Datenrecherchertools und die Umfrageprogramme werden mit einer Wahrscheinlichkeit von 34,0 % und 41,6 % von den Nutzern weiterempfohlen. Bei beiden Angeboten wurden auch die GESIS-Angebote sehr häufig genannt, neben weiteren Datenrecherche-Angeboten wie das Statistische Bundesamt, Eurostat und die Weltbank und neben weiteren Umfragen, wie der European Social Survey (ESS) und das Sozioökonomische Panel (SOEP).



Anmerkung: Angebote nach NPS aufsteigend sortiert.

Abbildung 22: Net Promoter Score nach Angebotskategorien

Die NPS fallen innerhalb der sechs Bereiche teils unterschiedlich aus. Während SOFISwiki und sowiport negative NPS erzielen, liegt SSOAR mit -0,3 % nahezu bei 0 %. Unter den Datenrecherchertools schneidet HISTAT mit -8,8 % eher schlecht ab, während die weiteren Angebote hohe Werte erzielen. ZACAT erreicht mit 62,3 % einen exzellenten Weiterempfehlungswert. Unter den Umfrageprogrammen erzielen ALLBUS, CSES und GLES ebenfalls sehr hohe NPS. Das Angebot der Langzeitarchivierung erreicht mit 79,7 % GESIS-weit den höchsten NPS. Dagegen ist dieser Wert für datorium zwar positiv und damit als gut zu bewerten, aber mit 9,1 % vergleichsweise niedrig. Unter den Angeboten zur Datenerhebung erzielen die Ziehung von Telefonstichproben und die GESIS Survey Guidelines exzellente Werte.

9 Als exzellent gelten NPS von über 50 %

Die weiteren Angebote dieses Bereichs liegen mit jeweils über 40,0 % Weiterempfehlung nur knapp darunter. Im Bereich Trainings und Beratung liegen die Werte fast durchweg im exzellenten Bereich. Eine Ausnahme bilden mit einem immer noch hohen Wert von 45,0 % die GESIS-Methodenseminare (s. Tabelle 34).

Tabelle 34: Net Promoter Score für die einzelnen GESIS-Angebote

Angebotsbereich	Angebot	NPS
Online-Informationsangebote	SOFISwiki	-25,3 %
	sowiport	-11,8 %
	SSOAR	-0,3 %
Datenrecherchetools	HISTAT	-8,8 %
	ZACAT	62,3 %
	DBK	43,8 %
	MISSY	38,9%
Nationale und internationale Umfrageprogramme	ALLBUS	59,6 %
	CSES	54,6 %
	Eurobarometer	16,6 %
	EVS	32,0 %
	GLES	76,7 %
	ISSP	49,3 %
	Politbarometer	10,5 %
	PIAAC	33,3 %
Datenerhebung	Ziehung von Telefonstichproben	61,9 %
	GESIS Panel	48,6 %
	GESIS Survey Guidelines	69,0 %
	ZIS	41,5 %
	Kognitive Pretests	45,8 %
Archivierungsangebote	Langzeitarchivierung	79,7 %
	datorium	9,1 %
Training und Beratung	GESIS Methodenseminar	45,0 %
	GESIS Spring Seminar	69,2 %
	GESIS Summer School	60,0 %
	GESIS Workshops	61,4 %
	Beratung	70,7 %

13 Limitationen und Schlussfolgerungen

13.1 Limitationen und Verbesserungsvorschläge

Wie jede Erhebung hat auch die GESIS-Zielgruppenbefragung Limitationen, die bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten sind.

Zunächst wurden Alter und Beschäftigungsdauer der Befragten nicht erhoben. Diese Variablen sind jedoch äußerst wichtig in der Beurteilung der eigenen Zielgruppe, insbesondere um zu entscheiden, ob ältere Befragte die Angebote nutzen, weil sie diese schon immer nutzen, oder ob die Angebote innovativ genug sind, auch junge Forschende, die ihre Karriere gerade beginnen, anzusprechen. In zukünftigen Befragungen sollten diese Informationen daher unbedingt erhoben werden.

Eine Bewertung zur Zufriedenheit mit den Angeboten könnte weiteren Aufschluss zur Nutzer(innen)bindung geben. Zwar ist der Indikator der Weiterempfehlung eine Annäherung daran, jedoch ist dieser dann nicht aussagekräftig, wenn man selbst der alleinige Anbieter eines Angebotes oder Dienstes ist. Hier können unzufriedene Nutzer(innen) sehr schnell verloren gehen, sobald ein Konkurrenzangebot auf dem Markt erscheint.

Außerdem ist fraglich, ob die Grundgesamtheit präzise abgedeckt ist. Zum einen fehlte ein englischer Fragebogen obwohl die GESIS-Angebote auch für ausländische Forschende in Deutschland relevant sind. Dadurch wurde diese Gruppe jedoch von der Befragung ausgeschlossen. Weiterhin strebt GESIS schon seit mehreren Jahren eine Internationalisierung der Angebote an. Forschende aus dem Ausland wurden jedoch ebenfalls nicht als Grundgesamtheit berücksichtigt.

Zudem gab es Vorläuferstudien zur GESIS-Zielgruppe. Die jetzige Erhebung ist jedoch nur bedingt mit den Vorgängererhebungen vergleichbar (s. Abschnitt 11). Damit sind Trendermittlungen nur sehr eingeschränkt möglich. Auch wenn durch mittlerweile veränderte Angebote eine Vergleichbarkeit schwierig herzustellen ist, sollte zukünftig auf die Fortführung bestimmter Einschätzungen zu GESIS und dessen Angebote bzw. Angebotskategorien geachtet werden, um sowohl Positiv- als auch Negativtrends erkennen zu können.

Eine Analyse zu Konkurrenzangeboten und Bewertung dieser Angebote durch die Befragten wäre weiterhin hilfreich, um mögliche Defizite bei eigenen und fremden Angeboten zu erkennen und diese Lücken zu besetzen. Auch ist die offene Abfrage zur möglichen Nutzung von Konkurrenzangeboten und die damit vorgesehene Analyse von Konkurrenzangeboten (s. Abschnitt 12.3) nur sinnvoll, wenn den Befragten nicht bewusst ist, dass diese Befragung im Auftrag von GESIS durchgeführt wird. Bei einer wiederholten Befragung sollte also jeder Hinweis auf GESIS (z.B. durch das persönliche Anschreiben, das GESIS-Logo bzw. Nennung des Auftraggebers sowie der Frage nach der Bekanntheit von GESIS zu Beginn) vermieden werden.

13.2 Erste Schlussfolgerungen

GESIS ist unter den befragten Wissenschaftler(inne)n sehr stark bekannt und die Angebote genießen einen guten Ruf. Dies lässt sich anhand der recht hohen Weiterempfehlungsbereitschaft fast aller Angebote ableiten.

Insbesondere werden die Angebote nationale und internationale Umfrageprogramme, Trainings, methodische Beratung und Angebote zur Datenerhebung sowie Langzeitarchivierung in hohem Maße weiterempfohlen. Dies sind Leistungen, die von anderen Anbietern nur schwierig bereitzustellen sind

und wo wenig Konkurrenz herrscht. Aus diesem Grund kann GESIS in Erwägung ziehen, diese Angebote weiter auszubauen.

Die einzelnen Angebote von GESIS sind unterschiedlich stark bekannt. Diese richtet sich nach der angesprochenen Zielgruppe und der Art des Angebotes. Bei den gering bekannten Angeboten handelt es sich entweder um recht junge Angebote (z.B. datorium, GESIS Panel, PIAAC) oder um sehr spezifische Umfrageprogramme, wie z.B. GLES und CSES. Gerade bei Angeboten, die noch wenig bekannt sind, deren Bedeutung und Weiterempfehlungsbereitschaft aber als hoch bewertet werden, bietet es sich an, deren Bekanntheit noch zu steigern.

Die Nutzung der GESIS-Angebote sind nur eingeschränkt vergleichbar, da die Angebote sehr unterschiedlich genutzt werden. Zum Beispiel können Daten und Informationen täglich recherchiert werden, aber Workshop-Teilnahmen nur begrenzt stattfinden.

Die Datenrecherchertools werden häufig nicht als Angebot von GESIS wahrgenommen, obwohl diese häufig genutzt werden. Hier ist zu empfehlen, diese als Infrastruktur zu bündeln, anstatt sie einzeln zu vermarkten. Pläne dafür sind mit der GESIS-weiten Suche schon sehr weit fortgeschritten.

Die Angebote der Datenerhebung sind selbst unter den Forschenden, die selbst schon Daten erhoben haben, nur zu höchstens einem Drittel bekannt. Die Nutzer(innen) gaben eine durchweg hohe Weiterempfehlungsbereitschaft an. Hier könnten verstärkte Marketingmaßnahmen zu höherer Bekanntheit führen. Ebenso könnte man auf diese Weise die mit hoher Qualität bewerteten Zeitschriften bekannter machen.

Weiterhin wurden Analysen des Net Promoter Scores (NPS) der einzelnen Angebote mit der Nennung der von den Befragten genutzten Angebote in Verbindung gebracht. Diese Analyse legt offen, dass insbesondere da, wo Konkurrenzangebote eine Rolle spielen, die Bereitschaft zur Weiterempfehlung niedrig ist. Dies ist insbesondere bei den Online-Informationsangeboten der Fall.

In einigen Subgruppen sind der Bekanntheitsgrad und die Nutzung der Angebote eher niedrig. Es gibt demnach Möglichkeiten, neue Nutzer(innen)gruppen zu erschließen. Insbesondere sollte hier an Forschende in außeruniversitären Forschungseinrichtungen gedacht werden, die gezielt angesprochen werden können. Aber auch andere Gruppen, wie Forschende in anderen Sozialwissenschaften oder Forschende, die vorwiegend qualitativ arbeiten, sind als potentielle Nutzer(innen)gruppen denkbar. Nicht verändert hat sich im Vergleich zur vorherigen Befragung von 2009, dass sich nach wie vor die qualitativ ausgerichteten Forschenden eher nicht von dem vielfältigen Angebot von GESIS angesprochen fühlen. Die starke quantitative Ausrichtung von GESIS, die auch in dem Bericht von 2009 festgestellt wurde, ist vermutlich der Hauptgrund.

Anhang 1: Fragebogen

Fragebogen siehe Online-Anhang:

http://www.gesis.org/fileadmin/upload/forschung/publikationen/gesis_reihen/gesis_papers/GESIS-Paper_2017_11_Anhang_Fragebogen_Forsa_Screenshots.pdf

Anhang 2: Persönliches Anschreiben

Anhang 2: Persönliches Anschreiben

gesis Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Präsident
Prof. Dr. Christof Wolf
Postfach 12 21 55
68072 Mannheim
E-Mail: christof.wolf@gesis.org
www.gesis.org

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften • Postfach 12 21 55 • D-68072 Mannheim

Hausanschrift
B2, 1
68159 Mannheim
Telefon 0621-1246-196
Sekretariat -149
Telefax 0621-1246-100

Mannheim, Datum

Sehr geehrte/r Herr / Frau [Titel] [Nachname]

GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften hat LINK Institut für Markt- und Sozialforschung GmbH damit beauftragt, eine Umfrage zur Bekanntheit und zur Nutzung der Angebote von GESIS durchzuführen. Ihre Teilnahme an dieser Umfrage hilft uns, unsere Angebote zu optimieren und sie noch besser auf Ihren Bedarf ausrichten. Die Befragung startet im Februar 2016 und wird als Online Erhebung durchgeführt.

Befragt werden alle Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die an deutschen Universitäten oder außeruniversitären Einrichtungen in den Sozialwissenschaften forschen und lehren.

Die Befragung nimmt nicht mehr als 20 Minuten in Anspruch. Selbstverständlich informieren wir die Teilnehmenden auf Wunsch nach Abschluss der Studie über die Ergebnisse.

Ihre Teilnahme ist freiwillig. Ihre Angaben werden vertraulich nach den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und allen anderen datenschutzrechtlichen Bestimmungen behandelt. Es erfolgt keine Weitergabe von Daten, die Ihre Person erkennen lassen. Die Ergebnisse werden ausschließlich in anonymisierter Form dargestellt.

Bitte unterstützen Sie uns durch Ihre Teilnahme.

Falls Sie nicht teilnehmen möchten, können Sie uns das per E-Mail (pfa@gesis.org) mitteilen und wir nehmen Sie dann aus dem Verteiler.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Christof Wolf
Präsident von GESIS

GESIS e.V.
Vereinsregister: Amtsgericht Mannheim
Registernummer: VR 1449
Steuer-Nr. 38145/01907
USt-ID-Nr. DE814839735

BW-Bank Stuttgart
BLZ 600 501 01
Konto-Nr. 749 550 43 33
BIC/SWIFT-Code SOLADEST
IBAN DE31 6005 0101 7495 5043 33

GESIS e.V. ist Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft
Präsident und Vorstand
Prof. Dr. Christof Wolf
Postfach 12 21 55
68072 Mannheim



Anhang 3: Zusätzliche Abbildungen

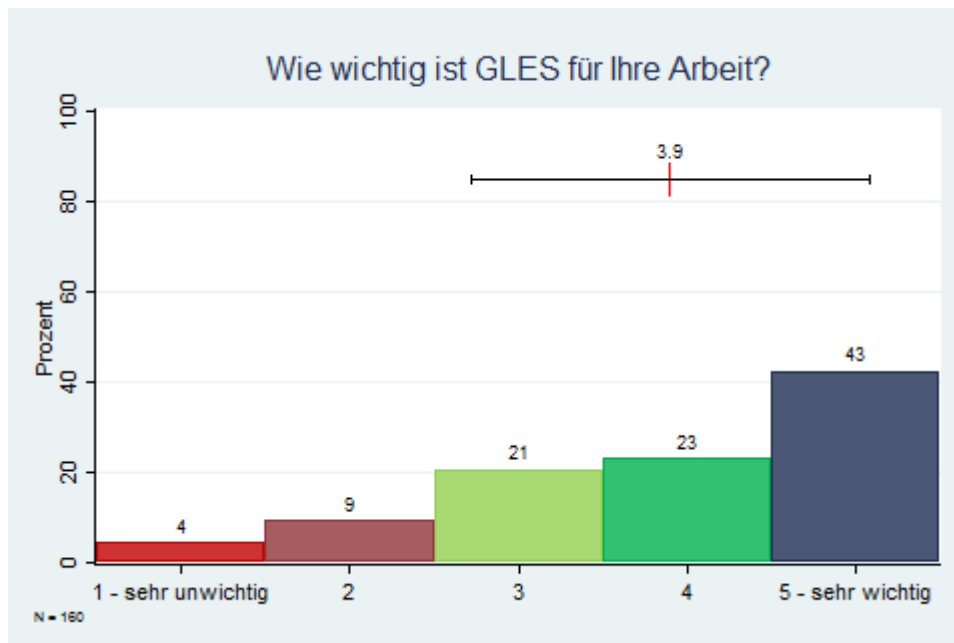


Abbildung A3.1: Bedeutung GLES

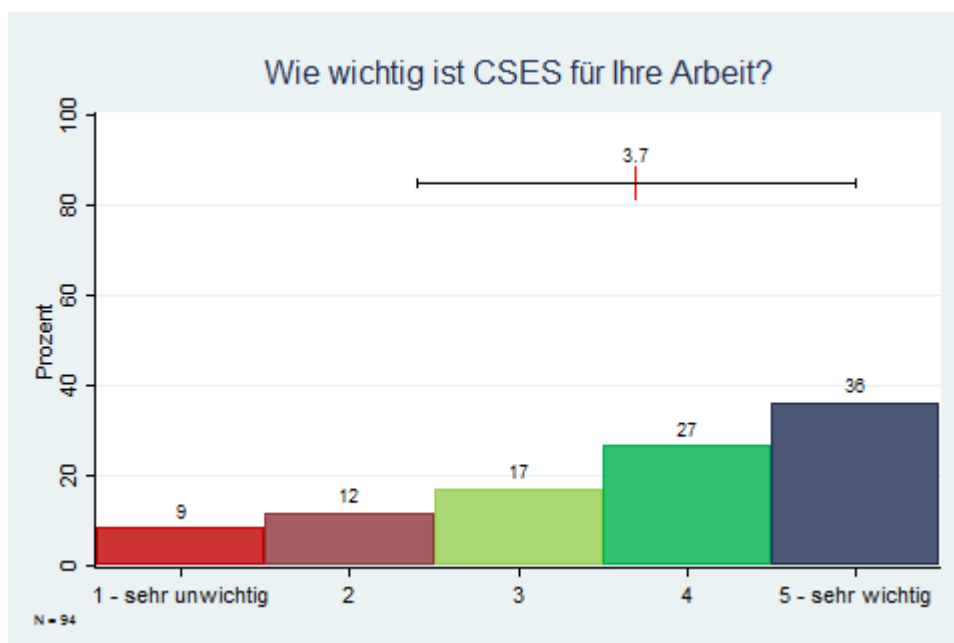


Abbildung A3.2: Bedeutung CSES

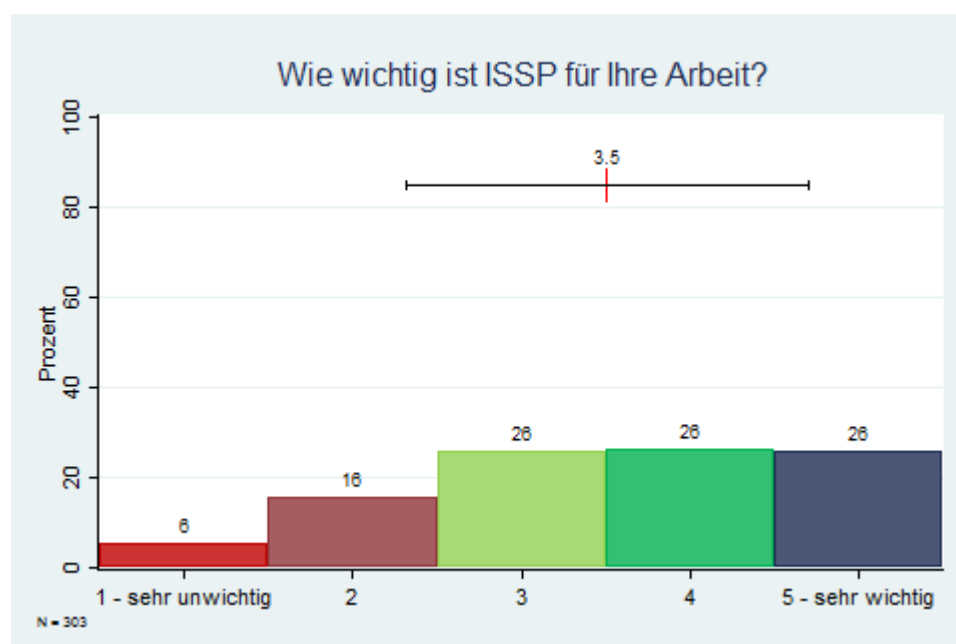


Abbildung A3.3: Bedeutung ISSP

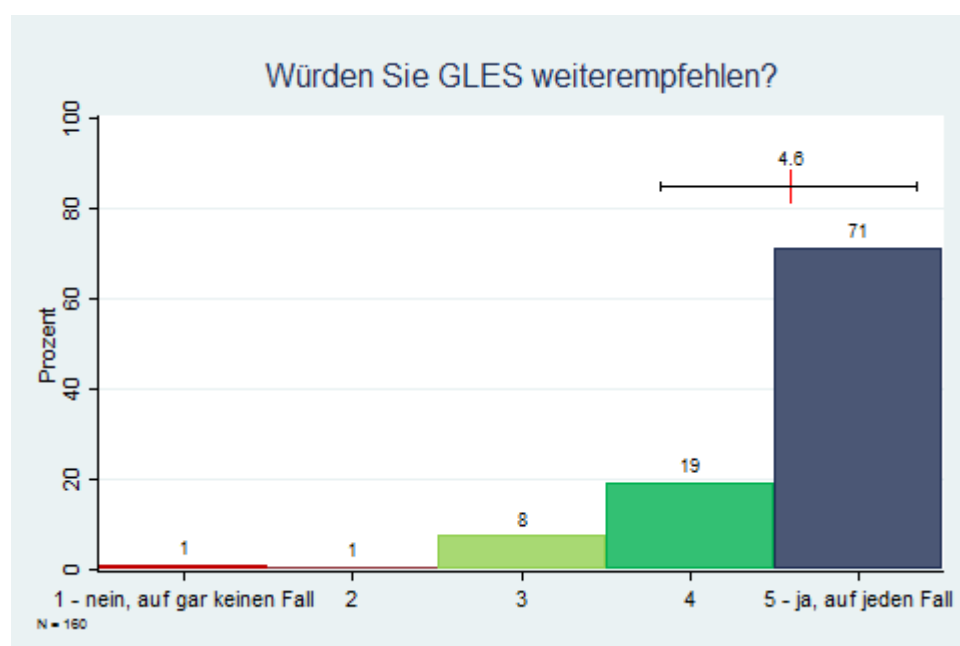


Abbildung A3.4: Weiterempfehlung GLES

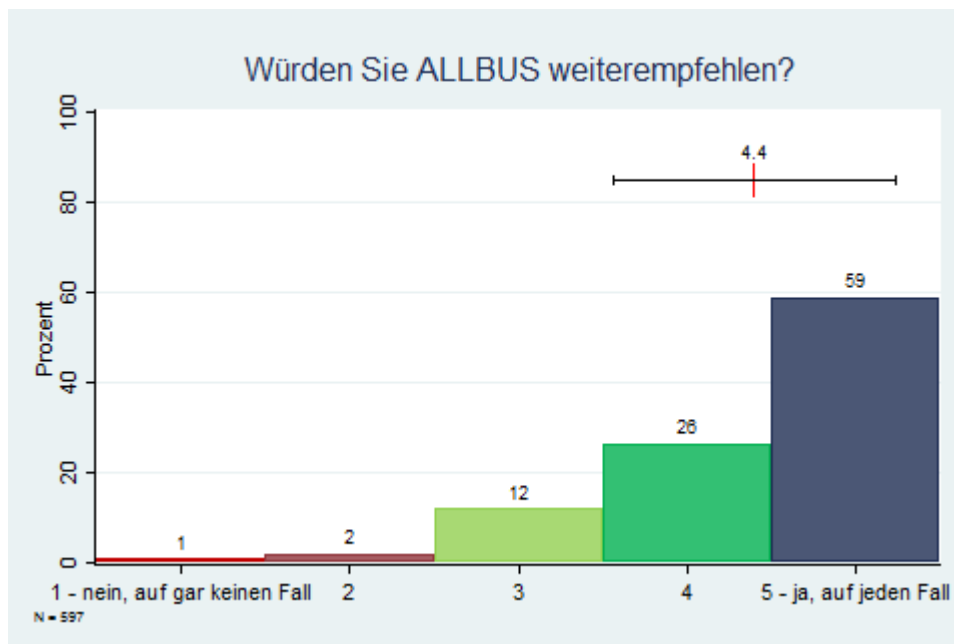


Abbildung A3.5: Weiterempfehlung ALLBUS

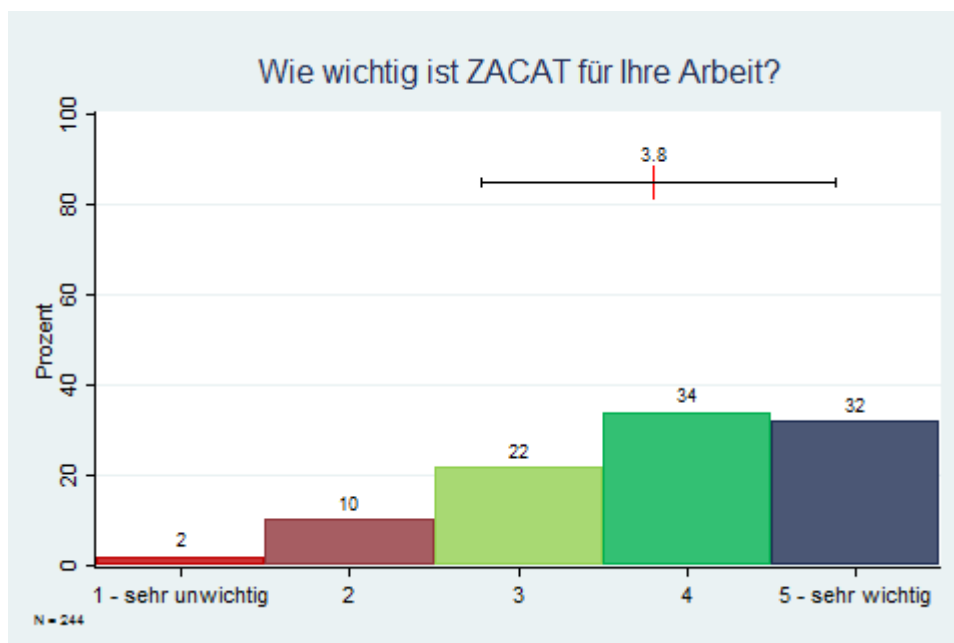


Abbildung A3.6: Bedeutung ZACAT

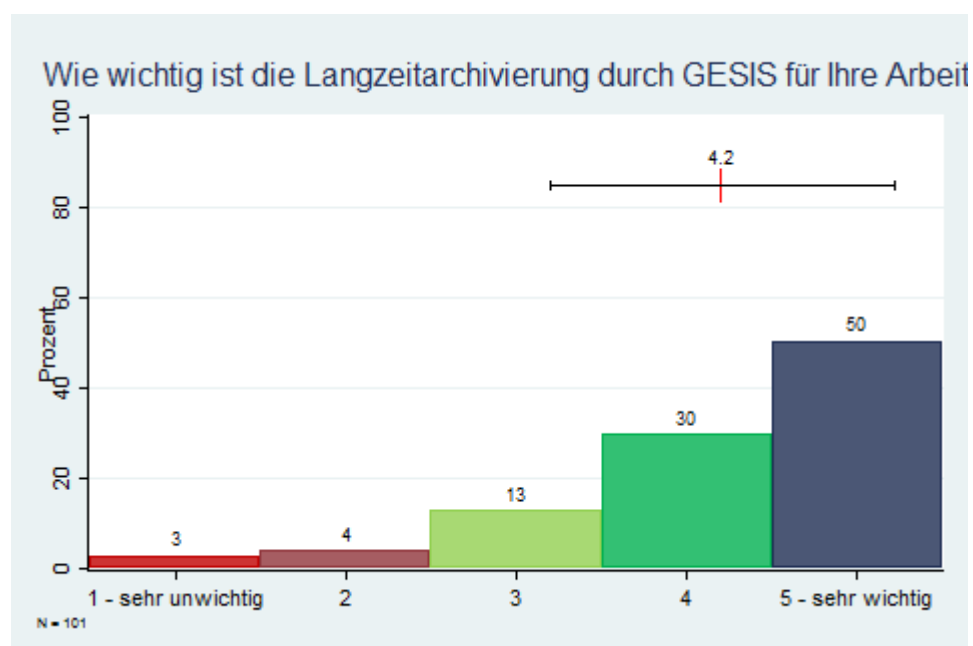


Abbildung A3.7: Bedeutung von Langzeitarchivierung

Glossar

Online-Informationsangebote

SOFISwiki

Das Wiki des Sozialwissenschaftliche Forschungsinformationssystem ist ein Selbstmeldesystem für sozialwissenschaftliche Forschungsprojekte. Dort können eigene Projekte veröffentlicht werden, oder nach Projekten oder Institutionen recherchiert werden.

sowiport

Das sozialwissenschaftliche Fachportal SOWIPORT bündelt und vernetzt qualitätsgeprüfte Informationen nationaler und internationaler Anbieter und macht sie an einer Stelle verfügbar. sowiport enthält 19 Datenbanken. Darunter auch das Sozialwissenschaftliches Literaturinformationssystem SOLIS. Es informiert über deutschsprachige fachwissenschaftliche Literatur.

SSOAR

Das Social Science Open Access Repository ist das größte Open-Access-Fachrepositorium für die Sozialwissenschaften in Deutschland in dem AutorInnen, Forschungseinrichtungen und Verlage ihre Publikationen im OA verfügbar machen und Volltexte suchen und herunterladen können.

Datenrecherche

HISTAT

Die Online-Plattform Zeitreihen zur Historischen Statistik von Deutschland hat die Funktion, Zeitreihen aus der historischen, wirtschafts- und sozialwissenschaftlichen Forschung zugänglich zu machen. Sie dokumentiert für die Wissenschaft die angebotenen Zeitreihen in ihrem Entstehungskontext. Die Zeitreihen umfassen den Zeitraum vom Beginn der Amtlichen Statistik bis zur Gegenwart.

ZACAT

Das Datenportal ZACAT bietet einen direkten Zugang zu einer Vielzahl bei GESIS archivierter sozialwissenschaftlicher Umfragedaten (u.a. ISSP, Eurobarometer, European Values Study, Politbarometer, Wahlstudien). Das System ermöglicht studienübergreifende Suchen, (einfache) Online-Analysen und das Erstellen von Grafiken und verlinkt zum Download von Datensätzen in den Datenbestandskatalog DBK.

DBK

Der Datenbestandskatalog DBK enthält Studienbeschreibungen zu allen im Datenarchiv langfristig gesicherten Studien. Im DBK können Nutzende Informationen zu Inhalt, Methode, verfügbaren Daten und Dokumenten sowie zu Publikationen zu allen Studien recherchieren, sie downloaden oder bestellen.

MISSY

Das Mikrodaten-Informationssystem MISSY ist ein Serviceangebot des Forschungsdatenzentrums German Microdata Lab (GML) und richtet sich an empirisch arbeitende Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die mit Mikrodaten der amtlichen Statistik forschen. MISSY stellt detaillierte Metadaten und Tools zu Individualdatensätzen aus der deutschen (Mikrozensus) und europäischen (z.B. EU-SILC, EU-

LFS) amtlichen Statistik zur Verfügung und hat zum Ziel, die Nutzung der Daten durch eine nutzerfreundliche und schnell zugängliche Datendokumentation zu erleichtern.

Daten von nationalen und internationalen Umfrageprogrammen

ALLBUS

Mit der Allgemeinen Bevölkerungsumfrage der Sozialwissenschaften (ALLBUS) werden aktuelle Daten über Einstellungen, Verhaltensweisen und Sozialstruktur der Bevölkerung in der Bundesrepublik Deutschland erhoben. Seit 1980 wird alle zwei Jahre ein repräsentativer Querschnitt der Bevölkerung mit einem teils konstanten, teils variablen Fragenprogramm befragt. Die Daten stehen unmittelbar nach ihrer benutzergerechten Aufbereitung und Dokumentation allen Interessenten für Forschung und Lehre zur Verfügung.

CSES

Die Comparative Study of Electoral Systems (CSES) integriert Daten aus Nachwahlbefragungen von rund 40 Ländern. Sie wird seit 1996 im Fünf-Jahres-Turnus durchgeführt. Seit der dritten Erhebungswelle ist GESIS als neuer Kooperationspartner an der Datenaufbereitung und Bereitstellung beteiligt.

Eurobarometer

Dauerbeobachtung der öffentlichen Meinung in der Europäischen Union ist die Aufgabe des Eurobarometer Programms, zu dem vier Umfrage-Serien (Instrumente) zählen: die Standard & Spezial Eurobarometer, die Flash Eurobarometer sowie die Osteuropa- und Kandidatenländer- Eurobarometer. Auftraggeber und Primärforscher ist die Europäische Kommission über ihre zuständige(n) Generaldirektion(en) und Abteilungen. Die Daten werden bei GESIS für die wissenschaftliche Nachnutzung aufbereitet, dokumentiert und langfristig kuratiert, archiviert und bereitgestellt. Die kontinuierlich wachsende Datenkollektion umfasst aktuell 643 Studien.

EVS

Die European Values Study (EVS) ist eine transnationale empirische Langzeitstudie, die seit 1981 in einem Turnus von neun Jahren durchgeführt wird. Das Fragenprogramm bildet die zentralen Lebensbereiche wie Partnerschaft/Familie, Arbeit, Politik und Religion/Moral ab und liefert eine umfassende Datengrundlage, die einzigartige Analysen des Wertewandels in Europa erlaubt. Die Daten werden bei GESIS für die Nachnutzung aufbereitet, archiviert und bereitgestellt. Darüber hinaus wird die Vorbereitung und Leitung der aktuellen EVS-Welle unterstützt.

GLES

Die German Longitudinal Election Study (GLES) ist ein von der DFG gefördertes Projekt, welches mit der Bundestagswahl 2009 startete. Als bislang größte deutsche nationale Wahlstudie soll sie die Wählerschaft bei vorerst drei aufeinanderfolgenden Wahlen beobachten und analysieren. Dabei wird angestrebt, auch nach der Wahl 2017 das Projekt als institutionalisierte Wahlstudie innerhalb von GESIS weiterzuführen.

ISSP

Das International Social Survey Programme (ISSP) ist ein internationales Kooperationsprogramm, das seit 1984 jährlich eine gemeinsame Umfrage zu sozialwissenschaftlich relevanten Themen durchführt. GESIS erhebt den deutschen Teil des Programms, archiviert und bereitet die ISSP-Daten auf und stellt sie zur Verfügung. Darüber hinaus ist GESIS maßgeblich an den verschiedenen Methodengruppen beteiligt.

Politbarometer

Die Politbarometer werden seit 1977 etwa monatlich von der Forschungsgruppe Wahlen für das Zweite Deutsche Fernsehen durchgeführt. Seit 1990 steht diese Datenbasis auch für die neuen Bundesländer zur Verfügung. Die Einzelumfragen eines Jahres werden in einen kumulierten Datensatz integriert, nach internationalem Standard dokumentiert und bei GESIS archiviert.

PIAAC

Das *Programme for the International Assessment of Adult Competencies* (PIAAC) ist eine von der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) geförderte, international vergleichende Studie zur Messung von Kompetenzen. Die in PIAAC erhobenen Kompetenzen – Lesekompetenz, alltagsmathematische Kompetenz und technologiebasiertes Problemlösen – gelten als Basiskompetenzen, um den alltäglichen und beruflichen Anforderungen erfolgreich begegnen zu können. An Runde I des ersten Zyklus nahm Deutschland in 2012 als eines von 24 Ländern teil. GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften wurde vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) mit der Durchführung der PIAAC-Studie in Deutschland beauftragt. Es ist geplant, PIAAC regelmäßig, in einem 10-Jahres-Turnus, durchzuführen.

Dienstleistungen zur Datenerhebung

Ziehung von Telefonstichproben

GESIS zieht aus einem nach dem Gabler-Häder-Design generierten Frame Telefon-Stichproben für bundesweite, gegebenenfalls auch für regionale Umfragen für über Festnetz und für bundesweite auch über Mobilfunk und Dual-Frame Stichproben.

GESIS Panel

Das GESIS Panel bietet Sozialwissenschaftlern die Gelegenheit, im Rahmen eines probabilistischen Omnibus Access Panels kostenfrei Daten zu erheben. Diese Daten sind repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 18 bis 70 Jahren (zum Zeitpunkt der Rekrutierung) mit Wohnsitz in Deutschland.

GESIS Survey Guidelines

Die GESIS Survey Guidelines bündeln standardisierte Beratungsangebote zu Survey Methodology. Nutzerinnen und Nutzer erhalten evidenzbasierte und an den praktischen Fragen der Planung und Durchführung von Surveys orientierte Darstellungen zur Stichprobenziehung, zum Vorgehen im Bereich der Survey Operations und bei der Entwicklung der Erhebungsinstrumente. Das Angebot ist seit 1.1.2015 online.

ZIS

Die Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS) und dokumentiert die Instrumente sie, deren Entwicklung, deren Gütekriterien und Informationen zum theoretischen Hintergrund. Alle dokumentierten Instrumente sind frei zugänglich und können für Forschungszwecke eingesetzt werden. In ZIS kann nach passenden Instrumenten recherchiert werden, zum Teil die entsprechenden verknüpfte Datensätze aufgerufen werden und alle dokumentierten Skalen sind mit einer eigenen DOI bei da|ra registriert.

Kognitive Pretests

Im kognitiven Pretest-Labor wird die Verständlichkeit von Fragen überprüft, Probleme des Befragten bei der Beantwortung identifiziert, die Ursachen dieser Probleme aufgedeckt und Verbesserungsvorschläge zur Behebung der Probleme generiert. Sie sind generell für alle Befragungsmodi (persönlich-mündlich, telefonisch, schriftlich, online) geeignet.

Archivierung von Daten

Langzeitarchivierung von Forschungsdaten durch GESIS

Archivierung von Datensätzen und Studiendokumentationen aus allen Bereichen der Sozialwissenschaften sowie langfristige Sicherung von deren Verfügbarkeit und Nutzbarkeit

Datorium –Datenrepositorium zum eigenständigen Archivieren von Daten

datorium ist ein Service für Sozial- und Wirtschaftswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler zur eigenständigen Dokumentation, Sicherung und Veröffentlichung ihrer Forschungsdaten. Das können u. a. Umfragedaten, prozessproduzierte Daten, Tabellen und Ausgaben statistischer Analysen sein. Auswertungsdateien (Syntaxen) können ebenfalls in datorium eingestellt werden. datorium unterstützt Fachzeitschriften bei ihren Bestrebungen, die Replizierbarkeit empirischer Forschung zu erhöhen. Forschungsdaten, die einer Veröffentlichung zugrunde liegen, können über datorium zugänglich gemacht und mit dem jeweiligen Zeitschriftenbeitrag verbunden werden.

Unterstützungen und Beratungen

Das Angebot umfasst methodische Beratung von Forschungsprojekten in allen Phasen des Projektdurchlaufs. Das Ziel ist es, ein optimales Forschungsdesign unter der Berücksichtigung der vorhandenen Ressourcen und der gegebenen Fragestellung zu entwickeln und zu implementieren.

Weiterbildung und Trainings

GESIS Methodenseminar

Das GESIS Methodenseminar (früher: ZHSF-Herbstseminar) vermittelt – forschungsbasiert und praxisnah Grundlagenwissen und -fertigkeiten im Umgang mit quantitativen Forschungsdaten. Es ist modular strukturiert und interdisziplinär ausgerichtet.

GESIS Spring Seminar

Das GESIS Spring Seminar (früher: ZA-Frühjahrsseminar) bietet drei einwöchige Kurse in fortgeschrittenen Verfahren der quantitativen Datenanalyse für Sozialwissenschaftler. Zur Vorbereitung gibt es auch einen Mathematik-Kurs für Sozialwissenschaftler. Beide Kurse werden auf Englisch angeboten.

GESIS Summer School in Survey Methodology

Seit August 2012 führt GESIS eine Summer School in Survey Methodology in Köln durch. Dieses jährliche und englischsprachige Angebot ergänzt die bestehenden Summer Schools in Europa, indem es Methoden der Datenerhebung in den Mittelpunkt stellt. Es richtet sich an NachwuchswissenschaftlerInnen aller Fachrichtungen, die mit Methoden der Umfrageforschung arbeiten.

GESIS Workshops

Die GESIS Workshops sind ein- bis dreitägige Kurse in einer Vielzahl sozialwissenschaftlicher Forschungsmethoden vom qualitativen Interview über Fragebogenkonstruktion für Umfragen, Stichpro-

benziehung und Einführungen in spezifische Umfrageprogramme bis hin zu Analyseverfahren. Die meisten Workshops werden auf Deutsch, manche aber auf Englisch angeboten.

Zeitschriften

HSR

Historical Social Research(HSR) ist eine internationale referierte Zeitschrift für die Anwendung formaler Methoden in der Geschichte. Die Bandbreite der fast ausschließlich englischsprachigen Beiträge reicht von historischsozialwissenschaftlicher Forschung über empirisch quantitative und qualitative Sozialforschung bis hin zur KLiometrie und Digital Humanities. Die HSR ist im Social Science Citation Index sowie in Scopus und SocINDEX with Full Text vertreten und wird u.a. in JSTOR archiviert.

ISI

Der Informationsdienst Soziale Indikatoren (ISI) ist die GESIS-Zeitschrift für die Sozialberichterstattung. Zweimal jährlich informiert er die interessierte Öffentlichkeit und die Fachwelt über ausgewählte Trends des sozialen Wandels.

Mda

Die Zeitschrift methods, data, analyses (mda) beinhaltet Artikel und Beiträge rund um die quantitativen Methoden der Umfrageforschung. Schwerpunkte sind hierbei neue methodische und statistische Forschungsergebnisse sowie aktuelle Anwendungen der empirischen Methoden in der Praxis.